

Креативные кластеры появились в России в начале 2000-х гг. и зарекомендовали себя как пространства аккумуляции творческих инициатив, идей, проектов. Сегодня можно наблюдать различные формы творческих пространств: резиденции, лофты, мастерские, хабы, центры и пр. Но одно из центральных мест по-прежнему занимает креативный кластер.

Есть ли содержательный смысл в этих названиях или это лишь попытка найти свою уникальность среди множества иных? Все ли творческие пространства с уверенностью можно назвать кластерами или кластер – это особая форма организации творческого пространства?

Кластеризация является абсолютно естественным явлением современной экономики. Она затронула все сферы деловой и культурной жизни, в первую очередь, в современных мегаполисах.

Пол Кругман (американский экономист) в 2008 г. получил Нобелевскую премию, в частности, за свои исследования влияния кластеризации компаний на экономическую географию и рост экономики.

Майкл Портер, американский экономист, основоположник кластерной теории, определял кластер как группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга¹.

М. Портер в своих исследованиях приводит более двадцати определений «кластера», резюмируя которые можно обнаружить следующие признаки²:

1. Группа географически соседствующих компаний, конкурирующих, но при этом осуществляющих совместную работу. Конкуренция среди компаний кластера имеет продуктивный характер.
2. Наличие взаимосвязанных организаций (университетов, агентств по стандартизации, торговых объединений), а также родственных и поддерживающих отраслей.
3. Все участники действуют в определенной сфере и обоюдно дополняют друг друга.
4. Кластеры по-новому структурируют отношения бизнеса с правительством и бизнеса с социальными институтами.
5. Наличие синергии (эффективность кластера как единого целого превышает простую сумму эффективностей его составных частей).
6. Высокая частота и уровень взаимодействия, разнообразие продуктивных связей.
7. Повышение производительности компаний, эффективности правительств и университетов, стимулирования улучшения качества продукции и технологий.
8. Достижение критической массы:
 - квалификации
 - информации
 - взаимосвязей
 - инфраструктуры

¹ Майкл Портер. Конкуренция. ИД «Вильямс», М., 2010

² Н.В.Алтухова, М.Д.Карманова «Эволюция научной мысли в трактовке влияния кластерных формирований на экономическое развитие региона и страны», Международный научный журнал «Символ науки», №8/2015

1. Разнообразие уровней экономики, на которые влияют кластеры.
2. Сочетание различных отраслей, выпускающих готовый продукт.
3. Влияние кластеров на изменение государственной политики.
4. Использование конкурентных преимуществ географического расположение не одной компанией, а несколькими, связанными между собой.

Портер подчеркивает, что принципиальное значение имеет способность кластеров эффективно использовать внутренние ресурсы. Объединение компаний по принципу кластера способствует росту их конкурентоспособности, а для всей экономики государства кластеры выполняют роль точек роста внутреннего рынка.

Таким образом, кластеризация – экономический инструмент, позволяющий аккумулировать усилия компаний в определенной сфере, повышать их эффективность и привлекательность за счет территориальной близости и взаимодействия.

СУЩНОСТЬ КРЕАТИВНЫХ КЛАСТЕРОВ

По этому же экономическому принципу, но с некоторыми допущениями и своей спецификой, строятся и креативные кластеры. Важность такого подхода отмечали известные исследователи креативной экономики.

Джон Хокинс включил бизнес-кластер в состав 10-ти рычагов воздействия на творческий процесс, подчеркивая, что кластеры обеспечивают людям, в них входящим, взаимную психологическую, финансовую и техническую поддержку. С экономической точки зрения, они увеличивают эффективность локального рынка, сводя вместе покупателей и продавцов. Кластеры – центры высших достижений, которые поддерживают и распространяют передовой опыт, а также стимулируют конкуренцию³.

Чарльз Лэндри на примере сознательной попытки создания «поп-кластера» в голландском городе Тилбурге отмечает, что таким образом территории «стремятся решить проблемы, вызванные упадком традиционной промышленности, переориентируя город на развитие музыкальной индустрии как средства роста благосостояния, создания новых рабочих мест, новой идентичности и благоприятного имиджа города»⁴.

Отличием креативных кластеров от прочих в экономике в целом является состав резидентов таких кластеров - ими являются представители креативных индустрий -, а деятельность направлена на создание условий для появления креативных продуктов (товаров, работ, услуг) и выводу их на рынок. Так развивается сфера креативной экономики – новый вид постиндустриальной несырьевой экономики, где главную роль играют знания, человеческий капитал, творческий подход. Эффект кластеризации, о котором упомянуто выше, таким образом способствует

³ Хокинс, Джон. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. Издательский дом «Классика-XXI». М., 2011

⁴ Лэндри, Чарльз. Креативный город. Издательский дом «Классика-XXI». М., 2018

и появлению точек роста креативной экономики, и повышению экономической привлекательности ее субъектов, в отличие от других творческих пространств (см. таблицу 1)⁵ – резиденций, мастерских, хабов, инкубаторов и пр. – основной целью которых является образование, просвещение, досуг, создание условий для самовыражения, но не экономика. Именно эти факторы – творческая синергия, осознанно направленная на экономическое развитие в сфере креативных индустрий – и отличает креативные кластеры от иных форм творческих пространств.

Единого, общепринятого официального определения креативного кластера ни в мире, ни в России на федеральном уровне не существует (см. разд. Креативные кластеры в российских реалиях).

Среди авторитетных мнений можно отметить определение, данное ЮНЕСКО в 2006 г., креативный кластер – это компания, объединение, институция, основной специализацией которого является один из секторов креативных индустрий, который объединяет некоммерческие организации, культурные учреждения, художественные мастерские и людей для удовлетворения их локальных потребностей⁶.

Одним из распространенных определений является предложенное Саймоном Эвансом, куратором программы ЮНЕСКО Creative Cities. В его понимании творческий кластер – это сообщество творчески-ориентированных предпринимателей, которые взаимодействуют на замкнутой территории; скопление мест для творчества и его презентации на одной территории; наиболее эффективная форма территориального взаимодействия творческих индустрий⁷.

Консалтинговая компания Creative Clusters, возглавляемая Саймоном Эвансом, также выделяет четыре вида связанных с термином творческий кластер, но очень разных пространственных объектов⁸:

1. Креативные рабочие пространства под одной крышей, где формируются локальные сообщества «в шаговой доступности» (например, местный медиа-центр или рынок).
2. Творческие районы в больших или малых городах, например, район ликеро-водочного завода в Ванкувере или 798 (район искусств Душаньцзы) в Пекине.
3. Региональные творческие кластеры в понимании экономиста Майкла Портера, например, кластер обуви и кожаной одежды Novo Hamburgo в Бразилии, Болливуд в Мумбаи, или «Нолливуд», нигерийский кино-кластер в Лагосе.
4. Виртуальные кластеры - онлайн-сообщества, ставшие новой реально-

стью в век цифровизации. На сайте Creative Clusters подчеркивается, что правила и динамика онлайн-сообществ сильно отличаются от физических сообществ. Термин «кластер» обычно подразумевает пространственное совместное размещение на каком-то уровне. Для обозначения виртуальных сообществ более применим термин «сеть», а не «кластер».

Подытоживая, можно отметить, что в мировой практике все еще не существует единого понимания термина «креативный кластер». Как и в России, его используют для обозначения различных сообществ творческих людей. Некоторые исследователи отмечают, что де-факто они являются творческими кварталами с элементами культурного потребления, с сохранением наследия, социальными функциями, а не кластерами в классическом «портеровском» понимании⁹. Однако среди этого многообразия всегда выделяется группа, имеющая экономическую модель в основе своего функционирования (т.н. «портеровская»). Настоящий Атлас креативных кластеров посвящен изучению именно таких креативных кластеров.

В российской практике до 2019 года существовали следующие (ненормативные) подходы к определению понятия креативный (творческий) кластер:

- это совокупность организаций и индивидуумов в определенной географической области, которые работают в сфере культуры, искусства, дизайна и других креативных отраслей. В креативном кластере сосредоточены компании, которые производят и распространяют креативный продукт, а также инфраструктура и ресурсы для создания, производства и распространения этого продукта.¹⁰
- объединение на определенной территории носителей творческой или интеллектуальной инновации, способной приобретать условно вещественную форму.¹¹
- «технопарк» в сфере креативных индустрий, конвертирующий творческую энергию в работающие бизнесы, увеличивающие вклад таких индустрий в валовый продукт города. Чаще всего это компактное, физически ограниченное пространство, где расположены взаимодополняющие друг друга творческие бизнесы, которые от такого соседства испытывают «эффект синергии».¹²

⁵ Подробная таблица определений различных креативных пространств приведена на стр. 29 настоящего Атласа

⁶ Такое определение приводится со ссылкой на ЮНЕСКО в статье YANG Jianfei, ČERNEVIČIŪTĖ Jūratė, STRAZDAS Rolandas, TVARONAVIČIENĖ Manuela. Stimulation of cultural and creative industries clusters development: a case study from China // Terra Economicus. 2019. 17(3) // КиберЛенинка. <https://cyberleninka.ru/article/n/stimulation-of-cultural-and-creative-industries-clusters-development-a-case-study-from-china/viewer>.

Термин на языке оригинала: creative cluster is the company, group, institution, whose main activity is to work in one of the creative industries sectors, which combines the non-profit organizations, cultural facilities, art workshops and individuals for local/site specific needs

⁷ Бусалова А.Д. Креативный кластер или творческая бизнес-экосистема? // Журнал Креативная экономика. 2021. Том 15. No. 11(ноябрь 2021). <https://creativeconomy.ru/lib/113807>

⁸ Creativeclusters.com: https://creativeclusters.com/?page_id=1599

⁹ Лавриненко А.С. Актуальные вопросы государственного регулирования творческих индустрий // КиберЛенинка. <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-voprosy-gosudarstvennogo-regulirovaniya-tvorcheskih-industriy>

¹⁰ «Креативные индустрии как фактор развития городской экономики» // Мир новой экономики, 2016, № 4. С. 99-105.

¹¹ Хакимова Е. Р. Креативный кластер как элемент креативного потенциала территории // Актуальные вопросы экономических наук. 2013. №34. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyy-klaster-kak-element-kreativnogo-potentsiala-territorii>.

¹² Токарев И., Журавлева Т., Ярмошук Я. Сносить нельзя ревитализировать. Практическое руководство по созданию креативного кластера// ООО «Агентство развития регионов», ООО «Флакон Икс». М, 2019. С. 7.

В 2019 году наиболее ёмкое определение было сформулировано Союзом креативных кластеров России¹³:

Креативный кластер - территориальная концентрация творческих индустрий и тесно связанных с ними предпринимательской, общественной, образовательной деятельностью, расположенных на площадке единого крупного имущественно-земельного комплекса, на территории которого определена и публично заявлена базовая специализация и созданы условия для междисциплинарного взаимодействия, создания творческих продуктов и капитализации человеческих ресурсов.

При этом под имущественно-земельным комплексом креативного кластера понимается условно замкнутая территория, объединяющая некоторое количество зданий на едином земельном участке, обеспечивающая в интересах резидентов и посетителей:

- наличие физической инфраструктуры кластера (выставочные залы, коворкинги, общественные пространства)
- наличие виртуальной инфраструктуры (сайты, социальные сети и т.п.)
- управление профессиональной управляющей компанией, реализующей единую открытую политику по подбору резидентов, рекламной, PR и маркетинговой поддержке кластера и его резидентов, регулярному проведению открытых массовых мероприятий, в том числе с вовлечением резидентов, на территории кластера

Креативные кластеры являются системообразующим элементом креативной экономики, создавая условия для появления и развития предпринимательства в сфере креативных индустрий, запуска стартапов, создания новых творческих проектов, институционализации креативных инициатив.

Такие пространства, как правило, имеют свою специализацию: архитектура, искусство, мода, кино, анимация, IT, реклама и т.д.

Союз креативных кластеров среды базовых направлений специализации креативных кластеров выделяет:

- Музейная, галерейная деятельность
- Архитектура и проектирование
- Дизайн
- Фотография
- Издательская деятельность
- Культурно-досуговые направления
- Исполнительское искусство, изобразительное искусство
- Создание аудио-визуальных произведений
- Реклама
- Мода
- Народные промыслы и ремесла
- Иные направления творческой деятельности, соответствующие мировым стандартам определения креативных индустрий

Вместе с тем, такие пространства могут иметь и другие отличия:

По бюджетной принадлежности (форма собственности):

- частные
- государственные
- смешанные

По формированию контента:

- постоянные экспозиции
- событийные мероприятия
- пространства для встреч и работы
- пространства для отдыха и развлечений

По типам резидентов:

- выставочные/экспозиционные пространства
- площадки для проведения массовых мероприятий
- офисы, студии, лаборатории
- арт-резиденции
- образовательные хабы
- общественные пространства (кафе, кинотеатры, зоны отдыха, ко-воркинг, магазины)
- и др.

По способу финансирования:

- бюджетное, в том числе программы поддержки и развития культурных инициатив
- частное, в том числе средства постоянных резидентов
- смешанное (государственно-частное партнерство)
- краундфандинг («народное»)

Креативные кластеры создают необходимую инфраструктуру для своих резидентов:

- физическую: центры коллективного пользования, хранилища, выставочные залы и пр.,
- виртуальную: каналы коммуникации, сайты, социальные сети,

— все, что позволяет резидентам кластера оптимизировать их расходы, создав при этом качественную профессиональную среду для развития.

¹³ Союз креативных кластеров России: <https://www.unitedclusters.ru/>

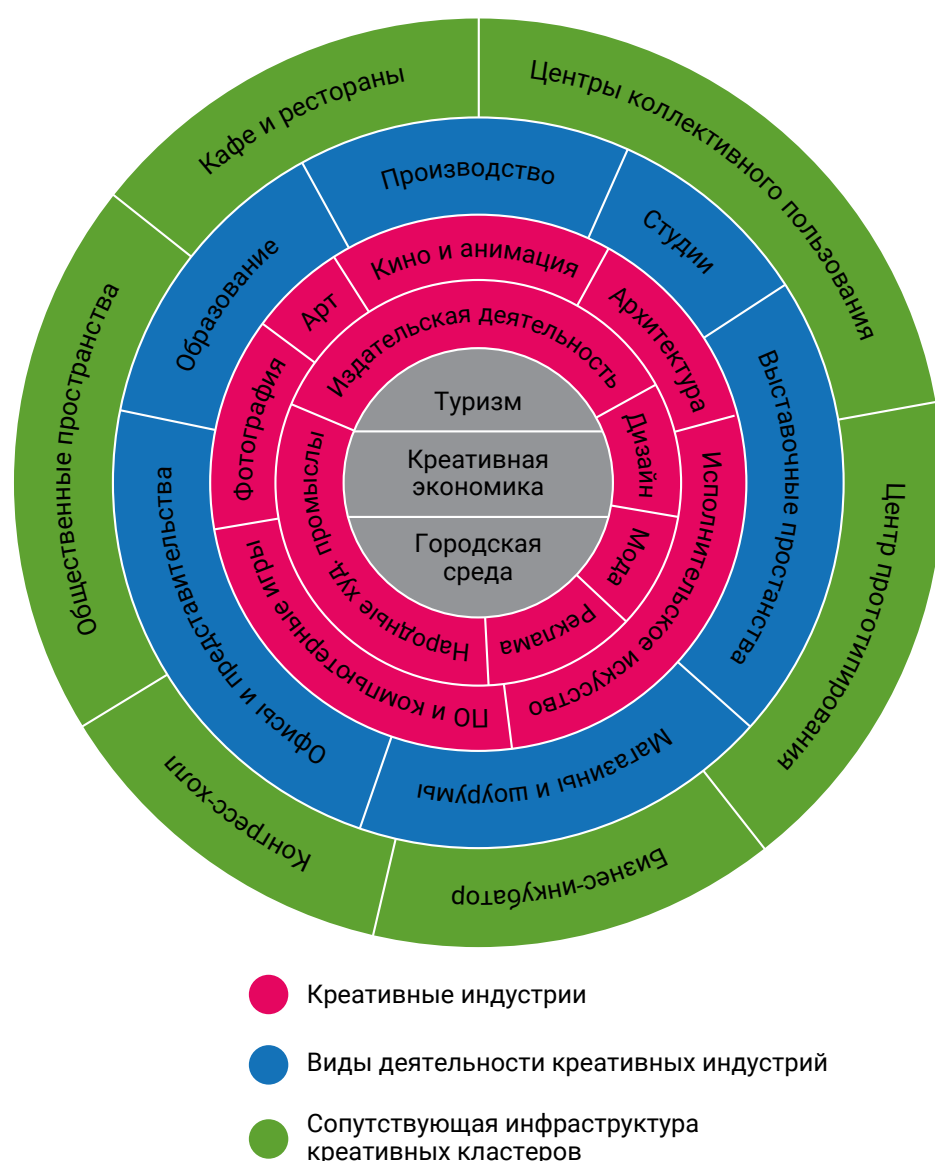


Схема 1. Условная модель креативного кластера

Отличительной характеристикой креативного кластера является его мультифункциональность: с одной стороны, деятельность профильных резидентов может быть весьма различной по выбранной специализации: производство, образование, галерея, офис, студия; с другой стороны, на территории кластера обязательно присутствует вспомогательная инфраструктура для резидентов, а также общественные пространства для внутренней (резиденты) и внешней (посетители) аудиторий, обеспечивающие комфортное времяпрепровождения (кафе, рестораны и пр.).

В конечном итоге, такие пространства оказывают существенное влияние на развитие городской среды, формирование городских сообществ, появление культуры и привычки потребления креативных продуктов, повышают туристическую привлекательность развиваемых локаций и, безусловно, играют важную роль в появлении креативного предпринимательства и развитии локальной креативной экономики.

В силу особенной специфики деятельности креативные кластеры должны иметь профессиональную управляющую компанию, обладающую достаточными знаниями и опытом как в сфере управления и эксплуатации иму-

щественного комплекса, так и в сфере креативного предпринимательства. Такую функцию может выполнять собственник имущественного комплекса, если его команда обладает необходимыми компетенциями.

Управляющие компании определяют специализацию креативного кластера, портрет его резидентов, политику управления. Вместе с тем, такие команды выполняют и экспертную функцию: они формируют состав резидентов таким образом, чтобы создавалась среда для установления партнерских и экономических связей. В отношениях с администрацией городов и регионов управляющие креативных кластеров являются ценным источником знаний о состоянии локального креативного сегмента, его потребностях, потенциале развития.

Влияние на развитие городской среды, отдельные виды творческих индустрий или отрасль в целом, формирование и развитие правового поля на местном или региональном уровне напрямую зависят от масштаба деятельности креативного кластера, реализуемой им политики, активности команды.

На перечисленных выше различиях и сформирована методология оценки креативных кластеров, представленная далее в настоящем Атласе.

ИСТОРИЧЕСКАЯ РЕТРОСПЕКТИВА

Прообразом креативных кластеров можно с уверенностью назвать французский Монмартр, который с конца XIX века стал местом притяжения творческой интеллигенции и богемы благодаря невысоким (по сравнению с центром города) ценам. Художники, поэты, музыканты размещали здесь свои мастерские и комнатки. Чуть позже появились галереи, бары и кабаре, прославившие это место.

В 30-е годы XX века Великая депрессия в США привела к разорению и закрытию банков, а вслед за ними и огромного числа предприятий. В городах, где центральное место занимали фабрики и заводы, пустующими оказались огромные промышленные площади. И опять их низкая стоимость, невостребованность и банкротное состояние стали решающим фактором для их освоения художниками, музыкантами, скульпторами. Так свое творческое начало получили, например, районы Сохо и Трайбека в Нью-Йорке, сегодня одни из самых престижных и дорогих районов города. Стоит отметить, что, помимо дешевой аренды, производственные площади привлекают высокими потолками, большими окнами, открытыми планировками цехов. Такие пространства легко приспособлять, трансформировать, а для запуска творческих проектов на начальном этапе не требуется каких-то серьезных вложений: художники сами обустраивают свои мастерские.

Современная история творческих кластеров также напрямую связана с экономическим и социальным кризисом, когда в конце 80-х годов XX века промышленность эмигрировала в страны третьего мира, в очередной раз высвободив огромные производственные площади в городах. Высокий уровень безработицы вынудил искать новые формы занятости. Постепенно пришло осознание, что продавать можно не только уголь, сталь или станки в промышленных масштабах. Продуктом могут стать результаты интеллектуальной деятельности – дизайн, технологии, культурные проекты. Повсеместно на территории бывших промышленных площадок европейских городов стали возникать творческие пространства.

Масштаб таких пространств может быть самым разным – от отдельных зданий до целых кварталов, районов и городов, например, Эйндховен (Нидерланды) или Рурская область (Германия).

В России в начале 2000-х годов, в период, когда старые промышленные здания, заброшенные заводские территории повсеместно переоборудовались под офисные центры класса В/В+, С/С+, в Москве появились первые креативные кластеры. Тогда это были лишь супермодные пространства в городе, в которых появилось искусство, дух свободы творчества и новый взгляд как на использование промышленного наследия, так и на жизнь человека в современном городе. Сегодня, известные не только в России, но и за рубежом Центр современного искусства ВИНЗАВОД, Центр дизайна ARTPLAY, Центр творческих индустрий Фабрика – эталонный пример креативных кластеров. Можно с высокой долей уверенности говорить, что именно эти пространства во многом заложили фундамент российской креативной экономики, о которой сегодня мы слышим и говорим повсеместно.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

Эффективность кластерного развития отмечена в зарубежных странах как инструмент оздоровления промышленности в условиях экономического спада еще в 70-х годах прошлого века. Сначала это были преимущественно локальные программы поддержки, но уже с 2000-х годов национальные программы по развитию кластеров становятся важным инструментом экономической политики многих стран и включены в национальные и региональные стратегии. Для их реализации выделяются значительные бюджетные средства. Рост количества таких кластерных проектов во всем мире с 2003 по 2005 год составил более 100%, и если в 2003 году их было чуть более 500 (прежде всего в Европе, Северной Америке, Новой Зеландии и Австралии), то через два года порядка 1400. К концу 2000-х годов 26 государств-членов Евросоюза реализовывали национальные программы кластерного развития¹⁴. Но это касалось именно промышленного сектора, где приоритетными становились инновационные и технологические направления, направленные на поиск прорывных решений для современных производств в различных видах экономической деятельности: от энергетики и металлургии до nano- и биотехнологий.

Несмотря на приоритет, который был определен для креативных индустрий в конце 90-х годов XX века, государственная политика в отношении этого сектора складывается иначе, нежели для промышленного сектора. Да, многие европейские и азиатские страны видят высокий потенциал развития креативных индустрий. Эта позиция дополнительно усиливается исследованиями Джона Хокинса, Ричарда Флориды, Чарльза Лэндри, Джастина О'Коннора, иных авторов, которые сформулировали идеи креативного города, креативного класса, креативной экономики, продемонстрировали возможность решения экономических, социальных проблем, городского развития и преобразования путем реализации локальных инициатив, проектов в сфере культуры. На государственном уровне творческие индустрии впервые были признаны в Великобритании. В 1997 году Департамент культуры, медиа и спорта (DCMS) в Документе по картирова-

нию креативных индустрий определил 13 таких отраслей и подчеркнул их важность в создании рабочих мест. В дальнейшем похожие инициативы появились в европейских странах, Северной Америке, Азии, Австралии.

На сегодняшний день распространены три основные модели развития креативных индустрий: европейская, американская и азиатская. Некоторые исследователи отдельно выделяют скандинавскую¹⁵.

Американская модель предусматривает самостоятельную политику региональных властей в части развития креативных индустрий – на уровне штатов и муниципалитетов. При этом существуют два культурных сектора, принцип построения которых разнится: некоммерческий, зависимый от политической конъюнктуры и частных пожертвований сектор искусств. Культурная политика на уровне штатов и муниципалитетов, реализуя культурную миссию, обеспечивает гомогенизацию общества, снижает проблему социального исключения¹⁶. Второй сектор включает в себя коммерческие, ориентированные на международный уровень корпорации – «копирайт-индустрии», подчиненные потребительскому спросу¹⁷.

В **скандинавских странах** программы финансирования творческой экономики формируются на базе шведской модели социального государства. Например, в Норвегии действует Innovation Norway, а в Финляндии – стратегия разработки для предпринимательства в секторе креативных индустрий¹⁸.

В **Великобритании** практически все культурные институты софинансируются за счет местных бюджетов. В странах Европы создаются креативные кластеры, функционирующие за счет взносов участников, а также получаемых грантов¹⁹. Яркий пример - Frappant - центр, работающий по принципу демократического коллективного управления, в котором каждый участник имеет равное право голоса. Площадку финансируют сами участники. Недавно они купили заброшенные казармы Viktoria-Kaserne, чтобы создать и сохранить доступное пространство для художников и дизайнеров, а также для проведения разнообразных культурных мероприятий. Участники хаба не заинтересованы во внешних инвестициях, так как

¹⁵ Благова И. Ю. Зарубежный опыт развития креативных индустрий // Проблемы современных социокультурных исследований: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 27 октября 2020г. Белгород, 2020. Агентство перспективных научных исследований (АПНИ): <https://apni.ru/article/1232-zarubezhnij-opit-razvitiya-kreativnikh-indust>, Байкова Э.Р. Опыт развития креативных индустрий за рубежом // Экономика и управление: Научно-практический журнал. 2022. No.1(163): <https://ekam-journal.com/images/2022/1-2022/Baykova>.

¹⁶ Каменских М.А. Теоретико-методические подходы к понятию «Креативная экономика» и оценка уровня развития креативной экономики США и России // КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoretiko-metodicheskie-podhody-k-ponyatiyu-kreativnaya-ekonomika-i-otsenka-urovnya-razvitiya-kreativnoy-ekonomiki-ssha-i-rossii>

¹⁷ Благова И. Ю. Зарубежный опыт развития креативных индустрий // Проблемы современных социокультурных исследований: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 27 октября 2020г. Белгород, 2020. Агентство перспективных научных исследований (АПНИ): <https://apni.ru/article/1232-zarubezhnij-opit-razvitiya-kreativnikh-indust>

¹⁸ Там же

¹⁹ Байкова Э.Р. Опыт развития креативных индустрий за рубежом // Экономика и управление: Научно-практический журнал. 2022. No.1(163): <https://ekam-journal.com/images/2022/1-2022/Baykova>

¹⁴ Кластерная политика: зарубежный опыт. // Журнал Стратегия: <https://strategyjournal.ru/ekonomika-i-biznes/klaster-naya-politika-zarubezhnyj-opyt/?ysclid=16t1kdbqmk110819983>

хотят сохранить автономность управления и организации своей работы. В Frappant мечтают расшириться до 250 участников и стать частью большой сети кооперативов.²⁰

В **Японии** в рамках масштабной национальной программы Cool Japan разработан комплекс отдельных программ, а в ноябре 2013 г. создан государственно-частный фонд - Cool Japan Fund, главными целями деятельности которого стали продвижение за рубеж эксклюзивных японских товаров и услуг и коммерциализация креативных сфер деятельности, включенных в стратегию Cool Japan. Решение об инвестировании в тот или иной проект принимается Фондом на основе критериев, определенных японским правительством. Отдельной поддержки для креативных кластеров в политике японских властей не прослеживается. Однако известна инициатива по реализации проекта «Креативный Токио». Движение насчитывает 118 участников, которые действуют под лозунгом «К креативному Токио – превратим Токио в креативный хаб». В круг заинтересованных субъектов входят организации самых разных сфер деятельности – от министерств до уличных ассоциаций, от компаний-гигантов до дизайнерских ателье и ивент-компаний, которых можно отнести к разряду даже не малого, а микробизнеса. В рамках инициативы имеется реальная основа для кооперации малого и крупного, креативного и «традиционного» бизнеса, государства, негосударственных организаций, общественных движений, что и предусматривается государственной стратегией Cool Japan²¹.

В **Китае** уделяется большое внимание развитию кластеров как одному из ключевых инструментов поддержки и развития креативных индустрий. Инициатива реформирования и внедрения инноваций в систему культуры была определена Правительством Китая в 2003 году. С 2005 года в государственных документах стал появляться термин «культурные индустрии». В 2007 году на смену жесткой культурной революции пришла теория «мягкой культурной силы», которая была нацелена на создание привлекательного образа Китая, его интеграцию в мировое пространство. Ключевая стратегия правительства Китая заключалась в постепенном сокращении финансовой поддержки культурных учреждений за счет повышения их конкурентоспособности и ориентации на рынок. Одним из эффективных методов достижения поставленных целей стала стратегия кластерного развития, задачей которой было объединение организаций одного или нескольких смежных секторов.

Креативные кластеры Китая можно сгруппировать в три основные категории²²:

- **Свободные кластеры** возникают в результате негосударственной спонтанной творческой инициативы. Основными агентами выступают группы представителей творческих профессий (художники, скульпторы и т. п.) без образования устойчивых организационных единиц. Участие государства в развитии кластера практически отсутствует. Примером может служить зона творчества 798 в Пекине. Такие кластеры характеризуются специализацией на низкотехнологичных и более персонализированных видах творческой деятельности

- **Общественно-организованные кластеры** возникают в результате организованной джентрификации городских пространств и управляются общественными или коммерческими организациями, координирующими деятельность большого количества творческих, культурных и научных работников. Участие власти относительно незначительно, но по мере развития кластеры могут приобретать официальный статус. Основными агентами выступают сложившиеся организации, которые видят выгоду от совместного присутствия на определенной территории; в качестве примера можно рассматривать район Чжунгуаньцунь, который был основан на частной инициативе, затем поддержан муниципальными властями и в дальнейшем стал центром естественного притяжения для более 200 креативных компаний. Эти кластеры обычно характеризуются смешанной специализацией.
- **Государственно-организованные кластеры** создаются благодаря государственной инициативе. Местные власти оказывают прямую, в том числе финансовую поддержку. Кластеры возникают на основе предварительного планирования и в рамках общих программ территориального и отраслевого развития. Как пример можно привести кластер исторических, культурных и креативных индустрий Люйчжан в Пекине. Они характеризуются тяготением к высокотехнологичным видам деятельности (ИТ, телекоммуникации, промышленный дизайн) с целевым распространением (spillover effect) креативности на сферу промышленного производства.

При этом существуют два понятия: «креативный кластер» и «креативный (в том числе индустриальный) парк». Креативный индустриальный парк имеет официальный статус, определяемый государственными властями на уровне, как правило, города. Парк имеет определенные организационные и территориальные границы, сформулированную стратегию развития, определенную специализацию. Креативный кластер не имеет четких организационных и территориальных границ и официального статуса. Креативный кластер может возникать и без государственного участия, в результате самоорганизации частных лиц и/или компаний. Парк креативных индустрий создается и развивается при активном участии государства либо на определенном этапе приобретает официальный статус²³.

Также интересен опыт Китая по созданию преференциальной зоны на территории Пекина. Национальная инновационная экспериментальная зона культурных индустрий (NCIEZ) занимает 78 квадратных километров с Центральным деловым центром Пекина – Международным поясом медиаиндустрии Динфужуан - в качестве основной зоны. Это экспериментальная площадка, созданная Государственным министерством культуры и муниципальным правительством Пекина с целью поиска новых путей корректировки и модернизации отраслевой структуры для содействия развитию индустрии культуры в Пекине. По состоянию на конец 2016 года в экспериментальной зоне размещается свыше 370 культурных и творческих предприятий, несколько креативных кластеров, которые функционируют по определенной модели:

- кластеры получают преференции в области финансирования, налогообложения, инфраструктурного обеспечения и т.п.
- в свою очередь, кластеры предоставляют помещения представителям культурных индустрий по низкой ставке аренды

²⁰ Культура и креативность: <https://www.culturepartnership.eu/article/kreativnie-habi-germanii-tsentr-prityajeniya-tvorcheskoy-molodeji>

²¹ по материалам: Тимонина И.Л. Креативность как экономический ресурс: опыт Японии // Экономика и общество. КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnost-kak-ekonomicheskij-resurs-opyt-yaponii/viewer>

²² Fung A.Y.H., Erni J.N. Cultural Clusters and Cultural Industries in China // Inter-Asia Cultural Studies. 2013. Vol. 14. Issue 4. DOI: 10.1080/14649373.2013.831207

²³ Титов С.А., Кокорина А.О., Быков П.А., Горбачев Е.С., Шарипов Ф.Ф. Креативные технопарки в постиндустриальной трансформации экономики Китая // Пространственная экономика. Том 15. №3. 2019. DOI: 10.14530/se.2019.3.125-146

- помимо этого, существует целый комплекс дополнительных льгот, который позволяет в значительной степени снизить издержки резидентов, размещенных на территории кластера
- дополнительно Правительство поощряет развитие компаний именно на территории кластеров.

Экспериментальная зона взяла на себя ведущую роль в продвижении различных стратегий культурной индустрии в стране и поэтапно реформировала систему управления и инновационной политики, создав организационную структуру, соответствующую собственным представлениям развития отрасли (Пекинская белая книга по культурным и креативным индустриям)²⁴.

Подводя итог краткому обзору международного опыта развития кластеров, стоит подчеркнуть, что государственное воздействие преимущественно носит декларативный характер – в подавляющем большинстве это стратегические документы и дорожные карты по развитию творческих индустрий на уровне стран и городов с учетом локальной специфики. Основные программы, как правило, направлены на поддержку креативных индустрий: государство определяет приоритетные направления (кино, арт-рынок, ремесла, образование в сфере культуры и искусства, медиа, игры и пр.)²⁵. Помимо программ софинансирования, государственные программы могут быть направлены на развитие необходимой инфраструктуры, снятие административных барьеров, ослабление государственного контроля («политика мягкой власти»), внедрение финансовых инструментов микрокредитования, предоставление государственных гарантий в рамках использования банковских продуктов и пр.

Отличительной особенностью реализации мер поддержки является состав участников – в отличие от промышленной политики, распределение средств не всегда идет напрямую от государства. Зачастую эту роль выполняют посреднические организации: фонды, агентства, ассоциации и т.п. Отсюда и особенности в каналах поддержки и финансирования в том числе креативных кластеров.

КРЕАТИВНЫЕ КЛАСТЕРЫ В РОССИЙСКИХ РЕАЛИЯХ

В российском законодательстве на федеральном уровне термин «кластер» нормативно закреплён только в сфере промышленной деятельности. Отдельные правовые акты регулируют, скорее, частные случаи, нежели создают устойчивую нормативную базу в той или иной отрасли. Так, Федеральный закон от 29.06.2015 г. № 160-ФЗ содержит определение «между-

народный медицинский кластер», а в Распоряжении Правительства РФ от 05.05.2018 г. № 872-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)» дается дефиниция часто употребляемого словосочетания «туристский кластер». Однако данный документ носит ненормативный характер.

Федеральный закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации» определяет промышленный кластер как совокупность субъектов деятельности в сфере промышленности, связанных отношениями в указанной сфере вследствие территориальной близости и функциональной зависимости и размещенных на территории одного субъекта Российской Федерации или на территориях нескольких субъектов Российской Федерации. Постановлением Правительства РФ от 31.07.2015 № 779 «О промышленных кластерах и специализированных организациях промышленных кластеров» определены требования к промышленным кластерам и специализированным организациям. При этом в контексте ПП РФ № 779 под кластером понимается не территория присутствия компаний, а их взаимодействие в текущей деятельности.

Наличие в законодательстве определения (термина) позволяет применять в отношении субъектов различные меры поддержки: финансовой, информационно-консультационной, организационной, образовательной как на федеральном, так и на региональном и муниципальном уровнях (ст. 9 Федерального закона №488-ФЗ).

С точки зрения стимулирования развития субъектов на определенных территориях в российском законодательстве можно выделить и иные инструменты, предусматривающие возможность использования преференциальных режимов для создания экономически комфортных условий: особые экономические зоны (промышленно-производственного, технико-внедренческого типа, туристические и портовые), индустриальные парки, технопарки, территории опережающего социально-экономического развития и пр. Возможность создания таких территорий, наличие особого статуса их резидентов регулируется целым массивом нормативно-правовых актов.

В отношении креативных кластеров аналогичной нормы в российском законодательстве на федеральном уровне нет, а значит, нет и возможности определения статуса их участников, применения адресных мер поддержки.

Вместе с тем, в последние годы наблюдается определенное позитивное движение в этом направлении.

Так, в сентябре 2021 года была принята Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (далее – Концепция). Концепция утверждена распоряжением Правительства РФ 20.09.2021 № 2613-р, а значит не является нормативным актом: положения документа не носят общеобязательный характер, а скорее определяют концептуальные подходы государственной политики по обозначенным вопросам.

Именно в Концепции впервые официально появилась дефиниция креативного кластера. Разработчики определили его как взаимосвязанные организации и предприятия, размещенные на территории компактно расположенных объектов недвижимости. Также Концепцией определено, что креативные кластеры:

²⁴ По материалам статьи YANG Jianfei, ČERNEVIČIŪTĖ Jūrātė, STRAZDAS Rolandas, TVARONAVIČIENĖ Manuela. Stimulation of cultural and creative industries clusters development: a case study from China // Terra Economicus. 2019. No. 17(3). КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/stimulation-of-cultural-and-creative-industries-clusters-development-a-case-study-from-china/viewer>

²⁵ По материалам Журавлёва Т., Токарев И., Гай О. Атлас креативных индустрий Российской Федерации. М, 2021. // Библиотека территориального развития: https://urban.ranepa.ru/spetsialnaya-literatura/kreativnaya-ekonomika-kreativnye-industrii-i-klastery/atlas-kreativnykh-industriy-rossiyskoy-federatsii/?sphrase_id=25072

- развиваются управляющей компанией под единым брендом,
- объединяют резидентов (арендаторов) из секторов творческих (креативных) индустрий, субъектов творческого (креативного) предпринимательства в целом,
- имеют необходимую инфраструктуру для творческой и (или) предпринимательской деятельности,
- являются центром для создателей и потребителей творческого продукта и позитивно воздействуют на территорию своего присутствия,
- относятся к специализированной (профессиональной) инфраструктуре для творческого (креативного) предпринимательства.

На уровне регионов законодательство в сфере креативных индустрий, и как следствие, креативных кластеров, развивается неравномерно. Отчасти это связано с тем, что креативные индустрии – междисциплинарный и межведомственный сегмент экономики, с одной стороны, предусматривающий развитие творческого предпринимательства в соответствии с общими нормами гражданского законодательства, а с другой стороны, объекты такой деятельности находятся в разных отраслях: культура, образование, промышленность, технологии и т.д.

Ст.71 Конституции Российской Федерации относит вопросы гражданского законодательства, правового регулирования интеллектуальной собственности, установление основ федеральной политики в области экономического, научно-технологического, социального, культурного развития, установление единых правовых основ системы образования, в том числе непрерывного образования, к исключительной компетенции Российской Федерации, то есть нормы должны носить общий федеральный характер. Вместе с тем, Ст.72 Конституции предусматривает совместное ведение РФ и субъектов РФ в части общих вопросов образования, науки, культуры, молодежной политики.

Некоторые регионы, создавая условия для развития креативного потенциала, разрабатывают необходимую нормативно-правовую базу.

Так, по состоянию на июнь 2023 г.²⁶:

- 3 региона приняли отраслевые законы о развитии креативных индустрий: ХМАО, Самарская область и Новгородская область. Также уже доступен для ознакомления проект закона Санкт-Петербурга
- 3 региона приняли отраслевые концепции: Республика Саха (Якутия), Новосибирская область и Омская область
- Москва закрепила направления деятельности креативных индустрий через Постановление Правительства Москвы № 1815-ПП «О реализации пилотного проекта по созданию в городе Москве креативных кластеров и креативных пространств» с последующей детализацией их через ОКВЭД на уровне подзаконных актов
- 31 регион в той или иной мере уделяет внимание мероприятиям, направленным на развитие креативных индустрий и необходимой инфраструктуры в своих стратегиях социально-экономического развития
- 14 регионов формально упоминают креативные/культурные индустрии в своих социально-экономических стратегиях, но не предусматривают никаких мероприятий для их развития.

Таким образом, у 33 регионов (40%) креативные индустрии все еще находятся за пределами фокуса социально-экономического развития.

В части правовой базы для развития креативных кластеров ситуация еще более скромная: определение креативного кластера в отраслевых документах или социально-экономических стратегиях встречается лишь у 7-ми регионов.

Москва

Впервые применимое для креативных кластеров понятие появилось в московском законодательстве в 2019 г. в Постановлении Правительства Москвы от 10.07.2019 г. №868-пп «О реализации пилотного проекта по созданию в городе Москве креативных технопарков» (далее ППМ), которое было принято с целью поддержки инициативы представителей делового сообщества, направленной на развитие креативных индустрий в городе Москве. Креативные кластеры получили определение «креативные технопарки». Терминологическая трансформация была вызвана попыткой приблизиться к преференциальным режимам, предоставляемым технопаркам в Москве, деятельность которых регулируется целым массивом норм как на федеральном, так и на региональном уровнях. Однако эта попытка не увенчалась успехом: ППМ предоставил право собственникам, управляющим компаниям креативных технопарков претендовать лишь на получение грантов на развитие имущественного комплекса креативных технопарков для целей осуществления деятельности в сфере креативных индустрий, включая приобретение профильного оборудования. Эта опция оказалась невостребованной, поскольку московские креативные кластеры начали свое развитие еще в начале 2000-х годов, и все капитальные вложения в имущественный комплекс были осуществлены в первом десятилетии века.

В 2021 году действие упомянутого ППМ было прекращено принятием Постановления Правительства Москвы № 1815-ПП «О реализации пилотного проекта по созданию в городе Москве креативных кластеров и креативных пространств». В данном ППМ была поставлена уже более масштабная цель: развитие креативных индустрий в городе Москве.

Фактически, на текущий период (июнь 2023 г.) это единственный нормативно-правовой акт в Москве, определяющий нормативную базу для развития креативных индустрий в целом. Москва действительно фокусирует свое внимание на создании необходимой инфраструктуры и подчеркивает важность создания креативных кластеров и креативных пространств на всей территории города. Вместе с тем, определения креативного кластера у Москвы нет, характеристики таких площадок определены через отдельные критерии, закрепленные приказом Департамента предпринимательства и инновационного развития г. Москвы от 24 марта 2022 г. № П-18-12-72/22 «Об утверждении Порядка проведения пилотного проекта по созданию в городе Москве креативных кластеров и креативных пространств». В процессе разработки находятся нормативно-правовые акты, в рамках которых таким площадкам могут быть выделены гранты на развитие имущественного комплекса. Но пока действенных механизмов поддержки креативных кластеров и стимулирования их развития в Москве нет.

Определения понятия «креативный кластер», используемые в отраслевых документах и стратегиях социально-экономического развития регионов России:

²⁶ По данным Электронного фонда правовых и нормативно-технических документов «Техэксперт» <https://docs.cntd.ru/>

ХМАО — Югра

Закон ХМАО — Югры от 27.07.2020 № 70-оз «О креативных индустриях в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре»

Креативный кластер - совокупность субъектов креативных индустрий, связанных отношениями в указанной сфере, объединенных идеями, интересами, ценностями, взглядами, знаниями, навыками, культурой, традициями, технологиями с целью создания креативного продукта (продукции).

Самарская область

Закон «О развитии творческих (креативных) индустрий в Самарской области» - отсылает к определению федеральной Концепции, закрепляя тем самым ненормативное понятие Концепции на региональном уровне, закрепляя тем самым в региональной нормативно-правовой базе понятие ненормативного характера, введенное на федеральном уровне.

Республика Саха (Якутия)

Распоряжение Правительства Республики Саха от 27.12.2019 г. № 1736-Р «Об утверждении концепции развития креативной экономики Республики Саха (Якутия) до 2025 года»

Креативный кластер представляет собой единую площадку, где концентрируются представители креативных индустрий, в том числе в сфере дизайна, информационных технологий, аудио- и видео контента, искусства и организации развлечений, издательства и др. Целью реализации проекта является создание комфортной среды для развития творческого потенциала креативных индустрий и способствование эффективному со-творчеству. Реализация проекта осуществляется в результате поэтапной реконструкции производственного или иного объекта.

Новосибирская область

«Об утверждении Концепции развития креативных индустрий в Новосибирской области» ПП Новосибирской области №212-п от 08.06.2021

Креативный кластер - размещение на территории компактно расположенных объектов недвижимости взаимосвязанных организаций и предприятий сферы креативных индустрий. Креативные кластеры объединяют резидентов из секторов креативных индустрий, имеют необходимую инфраструктуру для создателей и потребителей креативного продукта и позитивно воздействуют на территорию своего присутствия.

Республика Северная Осетия — Алания

В системе регионального законодательства присутствует два определения в законодательном документе и на уровне отраслевой Концепции ненормативного характера:

Закон Республики Северная Осетия – Алания №60-РЗ от 18.09.2019 «О Стратегии социально-экономического развития Республики Северная Осетия-Алания до 2030 года»

Кластер творческих индустрий - система объектов, создающих условия для творческой самореализации, духовно-нравственного развития, сохраняющих культурное наследие и обеспечивающих качественное образование в сфере культуры для жителей и гостей республики.

Распоряжение Правительства Республики Северная Осетия-Алания от 2 марта 2023 г. N 57-р «О концепции развития творческих (креативных) индустрий в Республике Северная Осетия-Алания до 2030 года» повторяет определение федеральной Концепции.

Томская область

Постановление Законодательной Думы Томской области №2580 от 26.03.2015 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Томской области до 2030 года»

Креативный кластер - формат гибридного пространства (онлайн, офлайн), объединяющего представителей творческих профессий (дизайнеров, архитекторов, художников, музыкантов, режиссеров, микро-СМИ) и предпринимателей из сферы искусства для создания и продвижения локальных брендов через результаты совместной творческой деятельности.

Курская область

Закон Курской области №100-ЗКО от 14.12.2020 «О Стратегии социально-экономического развития Курской области на период до 2030 года»

Прямого определения нет. Термин употребляется в контексте создания «креативного кластера» на ревитализированном старом объекте промышленности большой площади и характерной архитектуры, на территории которого будут концентрироваться компании творческой, высокотехнологичной и IT – индустрии.

Закрепление термина «креативный кластер» в нормативно-правовой базе России необходимо для создания условий для их появления и развития. Сегодня такие объекты, с точки зрения законодателя и органов исполнительной власти, ничем не отличаются от торговых или бизнес-центров.

В подавляющем большинстве случаев они возникают на территориях бывших деурбанизированных промзон. В силу промышленного статуса площадки имеют особые экономические условия: низкие ставки арендной платы или налога на землю в сравнении со ставками, применяемыми для торговых и бизнес-центров, до определенного момента - исчисление налоговой базы по налогу на имущество по среднегодовой, а не кадастровой стоимости. Такие условия позволяют развивать модель креативного кластера, в обязательном порядке предусматривающую особые (льготные) финансовые условия для представителей творческих индустрий. Креативные кластеры имеют значительно меньшую маржу в сравнении с классической моделью торговых и бизнес-центров. Отсутствие особых условий для таких пространств кардинально меняет их экономику, фактически делая их нерентабельными. Нормативное закрепление термина «креативный кластер» позволит исключить существующие на законодательном уровне барьеры или пробелы, создать условия для формирования необходимой базы как на федеральном, так и региональном уровнях, по аналогии с промышленной политикой государства. Часть из этих мероприятий предусмотрена планом мероприятий по реализации Концепции.

Республика Адыгея

Постановление Кабинета министров Республики Адыгея от 26 декабря 2018 г. № 286 «О Стратегии социально-экономического развития Республики Адыгея до 2030 года».

Прямого определения креативного кластера нет. В Стратегии в контексте всех планируемых к развитию кластеров используется общее понятие:

Кластер - территориально сконцентрированная группа взаимосвязанных экономических субъектов, взаимодополняющих и усиливающих конкурентные преимущества друг друга и кластера в целом. По размеру ареала, в котором размещаются предприятия кластера, кластеры могут быть: межрегиональные (в границах полюса роста), региональные (в границах субъекта федерации или экономической зоны субъекта федерации), муниципальные (в границах одного или нескольких муниципальных образований).

Обращает на себя внимание подход к созданию креативного кластера **Республики Крым**. Распоряжением Совета министров Республики Крым от 01.02.2023 г. № 128-р утверждена Стратегия развития креативного кластера на территории Республики Крым (далее – Стратегия). Однако, документ не содержит определения «креативный кластер». Изучение Стратегии, а также публикаций о креативном кластере позволяет сделать вывод, что документ направлен на осуществление мероприятий, необходимых для создания условий развития в регионе креативных индустрий в целом. Креативный кластер в контексте упомянутой Стратегии, – скорее, среда для взаимодействия представителей креативных индустрий, в первую очередь, с органами власти по вопросам поддержки их развития и стимулирования деловой активности²⁷, нежели сообщество представителей креативных индустрий и взаимосвязанных с ними компаний и организаций, географически соседствующих и взаимодополняющих друг друга.

Стоит отметить, что среди важных задач Стратегии социально-экономического развития Республики Крым (утв. Законом Республики Крым от 09.01.2017 г. №352-ЗПК/2017) упоминается создание и развитие кластера «Креативная индустрия». Данная стратегия также не определяет понятие «креативный кластер», однако, содержит общее понятие «кластер»:

«Кластер - группа взаимосвязанных организаций (компаний, корпораций, университетов, банков и проч.), сконцентрированных на определенной территории: поставщиков продукции, комплектующих и специализированных услуг; инфраструктуры; научно-исследовательских институтов; образовательных организаций высшего образования и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом»²⁸.

Таким образом, созданный креативный кластер Республики Крым по своей форме не соответствует определяющим признакам понятия «кластер», закрепленным в Стратегии социально-экономического развития региона и фактически сложившимся подходам в создании креативных кластеров в целом.

Для исключения столь распространенной сейчас неоднозначности толкования в отношении креативных кластеров, создания единого терминологического и содержательного поля требуется закрепление термина «креативный кластер» в нормативно-правовой базе России. Это позволит не только корректно идентифицировать существующие инициативы, но и создать условия для их дальнейшего появления и развития. Сегодня такие объекты, с точки зрения законодателя и органов исполнительной власти, ничем не отличаются от торговых или бизнес-центров. В подавляющем большинстве случаев они возникают на территориях бывших деурбанизированных промзон. В силу промышленного статуса площадки имеют особые экономические условия: низкие ставки арендной платы или налога на землю в сравнении со ставками, применяемыми для торговых и бизнес-центров, до определенного момента - исчисление налоговой базы по налогу на имущество по среднегодовой, а не кадастровой стоимости. Такие условия позволяют развивать модель креативного кластера, в обязательном порядке предусматривающую особые (льготные) финансовые условия для представителей творческих индустрий. Креативные кластеры имеют значительно меньшую маржу в сравнении с классической моделью торговых и бизнес-центров. Отсутствие особых условий для таких пространств кардинально меняет их экономику, фактически делая их нерентабельными. Нормативное закрепление термина «креативный кластер» позволит исключить существующие на законодательном уровне барьеры или пробелы, создать условия для формирования необходимой базы как на федеральном, так и региональном уровнях, по аналогии с промышленной политикой государства. Часть из этих мероприятий предусмотрена планом мероприятий по реализации Концепции²⁹.

Подводя итоги, можно сказать, что среди множества креативных пространств креативные кластеры занимают особенное положение, создавая условия для аккумуляции творческих инициатив, развития творческих проектов и, как следствие, - появления креативных предпринимателей.

²⁷ День открытых дверей в Креативном кластере: <https://frbk.ru/den-otkritikh-dverei-v-kreativnom-kla/>

²⁸ Закон Республики Крым от 09.01.2017 №352-ЗПК/2017 «О Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года»

²⁹ Федеральный портал нормативных правовых актов. ID проекта 01/23/04-22/00127168: <https://regulation.gov.ru>

Исследователи выделяют два подхода в создании креативных кластеров³⁰:

- **снизу-вверх/восходящие инициативы**, когда создание креативного кластера является ответом на фактически сформировавшееся сообщество, достижение необходимой критической массы таких субъектов, способных взаимодействовать друг с другом. В таком случае объединение их в непосредственной близости друг от друга позволяет достичь естественного кластерного эффекта синергии и положительного развития;
- **сверху-вниз/нисходящие инициативы**, когда создание кластеров осуществляется директивно, без оценки контекста существующего развития локаций, пространственной агломерации. Такая стратегия зачастую обусловлена попыткой использования материальных культурных ценностей для привлечения туристов.

Появление креативного кластера в городе позволяет:

- стимулировать рост деловой активности, развитие социальных, экономических, информационных и интеграционных систем;
- аккумулировать активную и творчески мыслящую часть городского сообщества;
- привлечь инвестиции в различные сегменты городской экономики (инновации, культура, туризм, НХП и ремесла, промышленность и пр.);
- наладить межотраслевое взаимодействие: соединить на одной площадке представителей промышленного сектора, научно-исследовательских организаций, образовательных учреждений и пр.;
- интегрировать творчество в смежные отрасли экономики;
- создать условия для замедления отрицательной миграции, особенно среди молодежи;
- создать рабочие места в сегменте креативной экономики;
- выявить альтернативные (негосударственные) формы поддержки креативных индустрий;
- повысить долю интеллектуального продукта города/региона.

Если Вы **инициатор** и чувствуете в себе силы создать креативный кластер в своем городе, **помните**:

- кластеры – это ответ сообществам на их потребности – изучите потребности ваших потенциальных резидентов и сформируйте для них уникальное предложение, которое позволит им забыть про рутинные проблемы, сократить текущие издержки и создаст комфортную среду для развития их творческого бизнеса;
- преференции, в том числе финансовые льготы, для профильных резидентов, активная событийная повестка и общая (физическая и виртуальная) инфраструктура – неотъемлемая часть политики креативного кластера;
- в кластере всегда присутствуют и «непрофильные» резиденты – те, чья деятельность напрямую не связана с творческим направлением. С одной стороны, это общественные пространства, без которых невозможно представить ни один креативный кластер – кафе, рестораны, ковор-

кинги и пр. С другой – это могут быть вспомогательные бизнесы, очень нужные для ваших творческих резидентов – типографии, логистические компании, поставщики материалов, производители и пр. Постарайтесь соединить на территории компании, которые только выиграют от знакомства друг с другом;

- Вы можете стать обладателем очень нужной профессии – «переводчика с русского на русский»: погружайтесь в проблемы Ваших резидентов, индустрий, представителями которых они являются, постарайтесь найти системное решение и транслировать его властям Вашего города или региона;
- Ваш кластер должен быть также интересен и жителям Вашего города – рассказывайте о кластере, о его резидентах, увлекайте окружающих своими идеями даже за пределами Вашего города, активно развивайте виртуальную среду!

Если Вы **чиновник** и понимаете ценность креативных кластеров, Вы **можете** создать комфортную среду для их появления в вашем городе. Для это нужно:

- поддерживать частные инициативы по созданию кластеров (а не создавать в противовес им государственных монстров, не имеющих возможности и способности быть гибкими, адаптивными к внешним изменениям, инициативными);
- помнить, что, как правило, креативные кластеры возникают в бывших промышленных цехах с массой «наследственных» проблем: самострой, промышленное назначение помещений и земельных участков и, зачастую, обременение в виде объектов культурного наследия. Далеко не каждый бизнесмен (не говоря уже о творческих людях) физически способен разобраться в последовательности шагов по приведению объекта в соответствие с действующим законодательством. Помогите ему, сделайте «зеленый коридор» по переоформлению документов и упрощенной процедуре легализации;
- сформировать особый статус для таких объектов, предусмотрев различные реальные инструменты поддержки как самих собственников/управляющих компаний креативных кластеров, так и их резидентов. Действующие нормы законодательства позволяют развивать необходимую нормативную базу на региональном уровне;
- сохранить (не повышать) платежи собственников/управляющих компаний по содержанию имущественного комплекса (налог на имущество, земельный налог, арендная плата за землю) на уровне расходов промышленных производств. Система мер поддержки должна быть такой же комплексной и диверсифицированной, как и программы поддержки и развития промышленности в вашем регионе;
- знать, что собственники/управляющие компании креативных кластеров являются важным звеном в общении государства с творческим сообществом, выступая ценными экспертами в вопросах креативных индустрий. Налаженный диалог – путь к развитию и процветанию креативной экономики в вашем регионе!

План мероприятий по реализации Концепции развития творческих (креативных) индустрий в России предусматривает целый комплекс мероприятий, которые позволят на федеральном уровне заложить нормы для комфортного развития креативных кластеров в России. Но наша инициатива сегодня на местах позволит их сохранить уже сегодня.

Майя Свистухина

³⁰ YANG Jianfei, ČERNEVIČIŪTĖ Jūratė, STRAZDAS Rolandas, TVARONAVIČIENĖ Manuela. Stimulation of cultural and creative industries clusters development: a case study from China // Terra Economicus. 2019. No. 17(3) // КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/stimulation-of-cultural-and-creative-industries-clusters-development-a-case-study-from-china/viewer>

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ТАБЛИЦА ОПРЕДЕЛЕНИЙ КРЕАТИВНЫХ ПРОСТРАНСТВ

Согласно исследованиям UNCTAD³¹, креативная экономика охватывает всех занятых в этом сегменте по трем ключевым компонентам (см. Схему 2):

- 1. предприятий культурных и креативных индустрий, создающих непосредственно креативные товары и услуги;
- 2. предприятий по хранению и распространению креативных товаров и услуг;
- 3. инфраструктуры, обеспечивающей работу, продвижение и развитие предприятий культурных и креативных индустрий.



Схема 2. Структура Креативной экономики.

Креативные кластеры являются, пожалуй, самым значимым видом обеспечивающей инфраструктуры для работы, продвижения и развития субъектов креативных индустрий.

Определение Союза Креативных кластеров уже было приведено на страницах Атласа, однако, для удобства читателя повторим его еще раз:

Креативный (творческий) кластер — территориальная концентрация творческих индустрий и тесно связанных с ними предпринимательской, общественной, образовательной деятельности, расположенных на площадке единого крупного имущественно-земельного комплекса, на территории которого определена и публично заявлена базовая специализация и созданы условия для междисциплинарного взаимодействия, создания творческих продуктов и капитализации (развития) человеческих ресурсов.

Вместе с тем, к обеспечивающей инфраструктуре можно отнести и другие виды креативных пространств. Как уже было упомянуто ранее, не все креативные пространства являются креативными (творческими) кластерами. Зачастую инициаторами инфраструктуры креативной экономики могут использоваться термины (наименования), которые в реальности не соответствуют реализуемой концепции проекта и формируют искаженное представление о креативных (творческих) кластерах и иных типах объектов инфраструктуры как среди профессиональной аудитории и пользователей кластеров, так и среди представителей органов государственной (муниципальной) власти.

Для повышения знаний о креативных кластерах и креативных пространствах, разграничения используемых в области инфраструктуры креативной экономики терминов авторами исследования ниже приведены сводные данные по наиболее часто встречающимся в СМИ и описаниях проектов терминам, маркирующим объекты, направленные на развитие творческих (креативных) индустрий, и их корректные определения согласно российскому и международному опыту.

³¹ Understanding Creative Industries: their definitions, models, measurements and drivers. CAJ for Arterial network, 2011. <https://arterialkenya1.files.wordpress.com/2010/06/understanding-creative-industries.pdf>

Таблица 1

Имущественные комплексы, целенаправленно размещающие представителей креативных индустрий и находящиеся под управлением одного оператора (управляющей компании/ собственника).	
Понятие / термин	Определение
Арт-кластер	Частный случай креативного (творческого кластера). Ключевой специализацией данного кластера является объединение и развитие на одной территории представителей визуальных и исполнительских искусств.
	— это культурное и бизнес-объединение, расположенное на территории бывшей промышленной зоны, которое объединяет выставочное пространство, шоурум, театральную и киноплощадку, аудитории для семинаров и прочие подобные элементы. ³²
	— это особое место, несколько предприятий, фирм, мастерских, офисов, объединенных в общем пространстве и занятых в секторе креативных индустрий. В кластере возникает общая, специфичная, открытая творческая среда для коммуникации и сотрудничества, формируются новые сети взаимоотношений, как альтернатива социальному капиталу, на основе которых происходит обмен идеями. Главной чертой арт-кластеров является общая атмосфера творчества и бизнеса, способствующая производству творческого продукта. ³³
Художественный кластер	Частный случай креативного (творческого кластера) — совокупность предприятий и учреждений ИТ-отраслей, располагающихся на конкретной территории, которые за счет взаимодействия между собой создают продукты и услуги для глобального рынка с более высокой добавленной стоимостью. ³⁵
Центр современного искусства (также: Арт-центр, Центр искусств)	Частный случай креативного (творческого) кластера — функциональный общественный центр с определённой сферой компетенции, призванный поощрять практики искусств и обеспечивать различные услуги. Центр искусств предоставляет место для выставок и/или для работы художников, семинаров, оказывает образовательные услуги, предоставляет техническое оборудование и т.д. ³⁴

³² Антонова Александра Андреевна Арт-кластеры как пространство для развития культурного потенциала города // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2015. №4 (47). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-klastery-kak-prostranstvo-dlya-razvitiya-kulturnogo-potentsiala-goroda>.

³³ Гончарик А. Политика в области творческих индустрий: зарубежный опыт и российские реалии [Электронный ресурс] // 2009.: <http://creativeindustries.ru/rus/publications/6>

³⁴ Evans, G. Amenity planning and the arts centre'. Chapter 4 of Cultural Planning: an urban renaissance? London, Routledge. 2001

Центр современного искусства (также: Арт-центр, Центр искусств)	Является синонимом арт-кластера. Ключевой специализацией данного кластера является работа с художниками и/или иными субъектами арт-рынка (кураторами, галеристами, аукционными домами и пр.), а также создание условий для их размещения и развития. На территории Центра современного искусства, как правило, присутствует значительное количество участников арт-рынка, осуществляются просветительские и образовательные проекты, направленные на поддержку и продвижение художников, значительную часть событийной повестки Центра занимают выставки.
Дизайн-центр (Центр дизайна)	В публичном поле присутствует определение Государственного центра современного искусства (ГЦСИ), который имеет значительное количество филиалов в регионах России - музейно-выставочный и научно-исследовательский центр, занимающийся развитием современного искусства и популяризацией знания. Однако данное понятие является частным определением государственного музейного учреждения и неразрывно связано с его названием.
ИТ-кластер/ИТ-парк (технопарк в сфере высоких технологий)	Частный случай креативного (творческого) кластера. Ключевой специализацией таких кластеров является работа преимущественно с представителями сферы дизайна и архитектуры.
	Частный случай креативного (творческого) кластера — совокупность предприятий и учреждений ИТ-отраслей, располагающихся на конкретной территории, которые за счет взаимодействия между собой создают продукты и услуги для глобального рынка с более высокой добавленной стоимостью. ³⁵
	Технопарк в сфере высоких технологий представляет собой форму территориальной интеграции коммерческих и некоммерческих организаций науки и образования, финансовых институтов, предприятий и предпринимателей, взаимодействующих между собой, с органами государственной власти, органами местного самоуправления, осуществляющих формирование современной технологической и организационной среды с целью инновационного предпринимательства и реализации венчурных проектов. ³⁶

³⁵ Киреева Анель Ахметовна Концептуальные основы формирования ИТ-кластеров: ключевые черты, принципы организации и уроки для Казахстана // Вопросы территориального развития. 2016. №3 (33). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnye-osnovy-formirovaniya-it-klasterov-klyuchevye-cherty-printsipy-organizatsii-uroki-dlya-kazahstana>.

³⁶ Распоряжение Правительства РФ от 10 марта 2006 г. N 328-р (в ред. распоряжений Правительства РФ от 25.12.2007 N 1912-р, от 12.09.2008 N 1326-р, Постановления Правительства РФ от 10.03.2009 N 219, распоряжения Правительства РФ от 27.12.2010 N 2393-р)

Образовательный кластер	В российской практике термин применяется к проектам, которые отвечают характеристикам понятия Креативный район/квартал (Creative district) (см. далее). – совокупность расположенных на одной территории образовательных учреждений, исследовательских организаций, экономических субъектов, государственных органов, связанных по горизонтали и вертикали, которые юридически оформлены, действуют в сфере образования, чтобы добиться общей цели на базе индивидуальных целей отдельных участников»³⁷
Научно-образовательный кластер	Частный случай креативного (творческого кластера) – устойчивое территориально-отраслевое партнерство между учреждениями дошкольного, общего, профессионального образования, научно-исследовательскими организациями и предприятиями региона, их объединениями и информационной средой.³⁸
Культурный кластер	Частный случай креативного (творческого кластера). Однако, в российской практике данный термин применяется к проектам, которые отвечают характеристикам понятия «Культурный район» (см. далее). К таким проектам относят создаваемые по поручению Президента РФ четыре культурных кластера в городах Севастополь, Кемерово, Калининград и Владивосток³⁹, а также ассоциация «Музейная четверка», которая объединяет в единое культурное пространство четыре ведущие музейные институции Москвы: Государственную Третьяковскую галерею, Государственный музей изобразительных искусств имени А. С. Пушкина, музей современного искусства «Гараж» и Дом культуры «ГЭС-2».⁴⁰

³⁷ Чучкалова Е.И., Мосунова О.Г. Кластерный подход в образовательных интеграционных структурах //Вестник учебно-методического объединения по профессионально-педагогическому образованию. Вып. 1 (46), Екатеринбург: ргппу, 2012. – с. 81, 78-84

³⁸ Мальцева Е.А. Научно-образовательный кластер как основа формирования новой экономики региона // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. 2008. №50. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-obrazovatelnyy-klaster-kak-osnova-formirovaniya-novoy-ekonomiki-regiona> (дата обращения: 29.05.2023).

³⁹ Фонд «Национальное культурное наследие»: <http://www.fondnkn.ru/>

⁴⁰ Музейная четверка: <https://fourmuseums.moscow/>

Крупные территориальные образования, на территории которых концентрируются независимые представители из сферы КИ, и объекты инфраструктуры КЭ, не имеющие единого собственника и/или управляющей компании, однако способные создавать ассоциации предприятий для координации деятельности последних и развития территории общего размещения.

Понятие / термин	Определение
Креативный район/квартал/Арт Квартал (Creative district)	Особый подвид кластерных образований, действующих на основе исторически сложившейся концентрации предприятий из сферы креативных индустрий и/или на основе решения таковых предприятий о формировании ассоциации и размещении в отдельном городском районе. Ниже приведены примеры определений данного термина из мировой практики и законодательства: – означает территорию в границах, определенную местным органом власти в соответствии с законом RCW 43.46.105, которая содержит либо хаб культурных объектов, креативных индустрий или предприятий, связанных с искусством, либо различные близкорасположенные свободные объекты, которые пригодны для приспособления под креативный район.⁴¹ – имеющий отличительные черты район города с установленными границами, в которых высокая концентрация культурных объектов и программ служит основным якорем притяжения. Они служат инструментом, который способствует экономическому развитию, укрепляя местную экономику, создавая дух места и наращивая местный культурный потенциал.⁴² – это географически определенные территории, в которых сосредоточена художественная, культурная и экономическая деятельность.⁴³ (с точки зрения составителей атласа является наиболее близким по точности определением) Примером такого пространства в России является Арт Квартал, о создании которого на территории Басманного района Москвы в 2019 г. объявили ЦСИ Винзавод и ЦД ArtPlay . На территории Арт Квартала регулярно проводятся выставки уличных художников, в 2023 г. территория стала частью международного проекта Биеннале уличного искусства Артмосфера

⁴¹ Washington Revised Code Title 43. State Government–Executive § 43.46.100: <https://codes.findlaw.com/wa/title-43-state-governmentexecutive/wa-rev-code-43-46-100.html>

⁴² Burien creative district: <https://www.buriencreativedistrict.com/intro/>

⁴³ URL: <https://www.arts.wa.gov/creative-districts/>

Культурный район/квартал (Cultural District)	Употребляется в том же значении, что и «Креативный район». Являются более узко специализированной формой, ориентированной на предприятия в сфере визуальных и исполнительских искусств. В российской практике является синонимом понятия «Культурный кластер»
Район/квартал культуры и искусств (Arts and Culture District)	
Объекты инфраструктуры КЭ, представляющие отдельные форматы «третьего места», направленные на развитие креативных индустрий и/или творческой самореализации человека. Такие объекты могут встречаться как часть сервисной инфраструктуры креативных (творческих) кластеров.	
Понятие / термин	Определение
Инновационный-культурный центр (ИКЦ)	– это современная многофункциональная площадка, на которой регулярно проходят выставки, перформансы, спектакли, лекции, концерты и мастер-классы от экспертов в разных областях науки, культуры и искусства, ориентированные на широкую аудиторию. ⁴⁴
Центр современного искусства (ЦСИ)	Точное определение отсутствует. Однако, за основу определения может быть взято описание деятельности Государственный центра современного искусства (ГЦСИ) - музейно-выставочный и научно-исследовательский центр, занимающийся развитием современного искусства и популяризацией знания.
Арт-парк	Точное определение отсутствует. При этом в отношении арт-парка справедливо применение определения скульптурного парка – это парк под открытым небом, в котором представлены скульптуры, обычно несколько постоянно расположенных работ из прочных материалов в ландшафтном окружении. Нужно указать, что арт-парк не ограничивается скульптурой и может размещать на своей территории объекты архитектуры, современного искусства, лэнд-арт. Наиболее популярным примером арт-парка в России является «Николо-Ленивец». ⁴⁵
Парк культуры и отдыха	- комплексное, многофункциональное учреждение культуры, являющееся природным и культурно–рекреационным территориальным городским (поселковым, сельским) образованием, организующее культурно-досуговую и физкультурно-оздоровительную работу среди населения.
Дом культуры (Дворец культуры)	— клубное учреждение, центр культурно-массовой и просветительской работы.

⁴⁴ Мрочко О.Г., Ишенбаева С.В. О создании инновационных многофункциональных культурных центров («Домов новой культуры») // ЭСГИ. 2016. №4 (12). <https://cyberleninka.ru/article/n/o-sozdanii-innovatsionnyh-mnogofunktsionalnyh-kulturnyh-tsentrov-domov-novoy-kultury>

⁴⁵ Никола-Ленивец: <https://nikola-lenivets.ru/>

Дом новой культуры (ДНК-центр)	Является синонимом термина Инновационный-культурный центр (ИКЦ). Проект ДНК-центров был запущен в 2013 году, позднее (в 2015 г.) созданные в России центры были переименованы в ИКЦ. - это центры распространения новых знаний и передовых технологий в сфере культуры. ⁴⁶ Проект нацелен на распространение знаний и передовых технологий в сфере культуры и организации жизни, а также создание среды, благоприятной для творчества и самореализации молодых жителей городов.
Креативное (творческое) пространство	- общедоступная территория, предназначенная для свободного самовыражения, творческой деятельности и взаимодействия людей. ⁴⁷
Культурное пространство	- пространство реализации человеческой виртуальности (задатков, возможностей, способностей, желаний и пр.), осуществления социальных программ, целей и интересов, распространения идей и взглядов, языка и традиций, верований и норм, и т. д. ⁴⁸ Также в практике данный термин может употребляться как синоним арт-пространства и творческого пространства.
Арт-пространство	Употребляется в том же значении, что и Культурное пространство. - доступная городская среда, в которой в рамках коммуникации человек выступает не как служащий или посетитель, но как творец. Цель креативных арт-пространств - самореализация, саморазвитие личности в интересном для нее направлении. ⁴⁹
Творческий бизнес-инкубатор	— это организация, занимающаяся поддержкой проектов предпринимателей из сферы креативных индустрий на всех этапах развития: от разработки идеи до её коммерциализации.
Арт-центр (Художественный центр или центр искусств)	— функциональный общественный центр с определённой сферой компетенции, призванный поощрять практики искусств и обеспечивать различные услуги. Центр искусств предоставляет место для выставок и/или для работы художников, семинаров, оказывает образовательные услуги, предоставляет техническое оборудование и т. д. ⁵⁰

⁴⁶ URL: http://web.archive.org/web/20131022050340/http://www.strelka.com/blog_ru/%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B0-%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9-%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D1%8B/

⁴⁷ Суховская, Д. Н. Реализация творческого потенциала населения через креативные пространства города: лофты, зоны коворкинга, арт-территории // Молодой ученый.М, 2013. № 10. С. 650-652.

⁴⁸ Орлова Е. В. Культурное пространство: определение, специфика, структура // Аналитика культурологии. 2010. №18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnoe-prostranstvo-opredelenie-spetsifika-struktura>.

⁴⁹ Демшина Анна Юрьевна Диалогическое построение арт-пространства как форма развития современной культуры // Вестник СПбГИК. 2017. №2 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dialogicheskoe-postroenie-art-prostranstva-kak-forma-razvitiya-sovremennoy-kultury>.

⁵⁰ Evans, G. Amenity planning and the arts centre’. Chapter 4 of Cultural Planning: an urban renaissance? London, Routledge. 2001

Креативный (творческий) центр (creative hub)	— это организация, которая использует свое пространство или инфраструктуру для налаживания связей, организационного и делового развития в сфере культурных и творческих индустрий.⁵¹ — физическое или виртуальное место, объединяющее творческих людей. Это организатор, представляющий пространство и поддержку как для сетей, так и для развития бизнеса и участия сообщества в творческом, культурном и техническом секторах⁵².
Арт-резиденция	— способ поддержки художников, писателей, кураторов и других профессионалов в области культуры, который обеспечивает им время, пространство, ресурсы и возможности для плодотворной работы, зачастую вне привычного окружения. Резиденции могут создавать условия как для уединения и сосредоточения, так и для изучения местной культурной, исторической, географической, социальной специфики, коммуникации и сотрудничества с другими художниками, исследователями и профессионалами других сфер, взаимодействия с местной публикой и др. Во многих случаях участники арт-резиденций выстраивают связи между городами, странами и культурами, а сами арт-резиденции позволяют им углубить и расширить собственную практику.⁵³
Объекты, предоставляющие «третье место» и шеринговую инфраструктуру. Данные объекты не являются инфраструктурой, исключительно предназначенной для развития КЭ, но могут встречаться как часть сервисной инфраструктуры креативных (творческих) кластеров.	
Понятие / термин	Определение
Лофт	— помещения, здания промышленного назначения (фабрики, заводы, склады), включая чердаки и технические этажи, переоборудованные под жильё, мастерские, офисные помещения или центры совместной работы. ⁵⁴
Шоу-рум	(англ. showroom «комната для показов») — магазин, ориентированный на демонстрацию товара (обычно — одежды) и активную работу с покупателем. ⁵⁵
Многофункциональное лофт пространство	Сложившееся определение отсутствует. Как правило данный тип пространства подразумевает сочетание лофт и smart протсранство.

⁵¹ Культура и креативность: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/kreativnie-habimissiya-i-potrebnosti>

⁵² Creative Hub kit:https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Creative_HubKit.pdf?_ga=1.247205196.996558901.1449583963

⁵³ Ассоциация арт-резиденций России: <http://airofrussia.ru/aboutus>

⁵⁴ Encyclopedia Britannica: <https://www.britannica.com/technology/loft>

⁵⁵ Секрет фирмы: <https://secretmag.ru/enciklopediya/chto-takoe-shourum-obyasnyaem-prostymi-slovami.htm>

Антикафе	— тип общественных заведений социальной направленности, основной характеристикой является оплата в первую очередь проведённого времени, в стоимость которого входят питание, развлечения и мероприятия. Основными функциями подобных заведений являются рабочая (аналог коворкинга), развивающая (антикафе как место проведения тренингов и мастер-классов), развлекательная (многие антикафе делают акцент на настольных и видеоиграх) и творческая (возможность самореализации, например, в рамках музыкальных или поэтических вечеров).⁵⁶ Примером удачной реализации данного формата в России является проект «Циферблат».⁵⁷
Свободное пространство	Употребляется в том же значении, что и антикафе.
Тайм-кафе	
Тайм-клуб	
Коворкинг (coworking space)	— это организация, при которой работники разных компаний делят одно офисное пространство. Это обеспечивает экономию средств и удобство за счет использования общих инфраструктур, таких как оборудование, коммунальные услуги, услуги администратора и службы хранения.⁵⁸
Мастерские	— это специально оборудованное пространство для представителей КИ, визуальных и исполнительских искусств, в котором созданы условия для производства и реализации проектов по направлениям их деятельности.
Фаблаб (fab lab)	- небольшая мастерская, предоставляющая всем желающим возможность индивидуального самостоятельного изготовления необходимых им изделий и деталей. Пример позиционирования такого места — Fab Lab, или лаборатория цифрового производства, — это место, где можно играть, творить, наставлять и изобретать: место для обучения и инноваций. Фаб-лаборатории предоставляют доступ к среде, навыкам, материалам и передовым технологиям, чтобы позволить любому человеку в любом месте делать (почти) что угодно.⁵⁹

⁵⁶ Логинова Н. А. Антикафе как новое пространство для культурно-досуговой деятельности и творческой реализации личности // Человек в мире культуры. 2014. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/antikafe-kak-novoe-prostranstvo-dlya-kulturno-dosugovoy-deyatelnosti-i-tvorcheskoy-realizatsii-lichnosti>.

⁵⁷ Циферблат: <https://ziferblat.net/>

⁵⁸ Babb, Courtney; Curtis, Carey; McLeod, Sam. «The Rise of Shared Work Spaces: A Disruption to Urban Planning Policy?». Urban Policy and Research. 2018-10-02. 36 (4): 496–512.

⁵⁹ Сайт Fab Lab: <https://www.fablabs.io/>

DIY (ремесленный)-коворкинг	— небольшая мастерская, предоставляющая всем желающим возможность индивидуального самостоятельного изготовления необходимых им изделий и деталей.
Открытые мастерские	Иное наименование DIY (ремесленный)-коворкинга.
Мультиплейс (Multiplace)	Как такового общеупотребимого определения на текущий момент не существует. Однако, исходя из описания российских объектов («Мультиплейс 17.26»,⁶⁰ «Мультиплейс Тележная»),⁶¹ в отношении которых употребляется данный термин, можно предположить, что наиболее верно определение, приведенное на сайте фестиваля MULTIPLACE.⁶² Multiplace - это сеть людей и организаций, заинтересованных во взаимодействии между медиа, технологиями, искусством, культурой и обществом.
Smart-пространство (smart-space)	Пространственный подход в определении понятия, чаще встречается в русскоязычном сегменте проектов (таких как Flacon Space⁶³, Точка кипения⁶⁴, креативный кластер «Домна»⁶⁵ и т.п.): Smart-пространство – специально организованное трансформируемое пространство, обеспечивающее интеграцию цифровой и интерактивной деятельности, подразумевающих мультиформатность. Такие пространства могут включать в себя офисы, торговые зоны, городские пространства, учебные, спортивные, развлекательные и другие объекты. Технологический подход определения, распространен в международной практике: Smart-пространство — это пространство, в котором применяются современные информационно-коммуникационные технологии для оптимизации работы и повышения эффективности управления, а также для создания комфортных условий для жизни и работы людей.

⁶⁰ Страница Мультиплейс: <https://bs-realty.ru/multiplace1726>
⁶¹ Сайт Мультиплейс Тележная: <https://bs-realty.ru/multiplacetelegnaya>
⁶² Сайт проекта: <https://multiplace.org/2017/>
⁶³ Сайт проекта: <https://www.fclass.space/>
⁶⁴ Сайт проекта: <https://leader-id.ru/places>
⁶⁵ Сайт проекта: <https://domna.pro/>