

А. А. Желнина

Репортаж о семинаре «Культурные индустрии: взгляд экономиста, социолога и менеджера», 14–15 октября 2011 г.



ЖЕЛНИНА Анна Александровна — старший преподаватель кафедры социологии Санкт-Петербургского филиала НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург, Россия).

Email: azhelnina@gmail.com

14–15 октября 2011 г. в Санкт-Петербургском филиале НИУ ВШЭ состоялся семинар «Культурные индустрии: взгляд экономиста, социолога и менеджера». В семинаре приняли участие означенные в заголовке специалисты из Санкт-Петербурга, Москвы и Перми, а также представители культурных индустрий Санкт-Петербурга. По задумке авторов семинара, представители разных исследовательских дисциплин и практики должны были обсудить и сравнить различные способы изучения экономики культуры.

Первый день семинара был посвящён «внутренним» проблемам творческих индустрий и способам их исследования. Марина Матецкая, доцент кафедры менеджмента НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, организатор мероприятия, сделала обзорный доклад «Современные подходы к оценке вклада культурных отраслей в социально-экономическое развитие общества». По мнению докладчицы, сфера культуры и культурного производства настолько специфична, что привычные инструменты экономистов оказываются недостаточными при её исследовании. Цена культурных благ редко отражает их качество, предложение всегда превышает спрос, рыночные механизмы формирования цены при этом не работают в полной мере, испытывая существенное влияние различных внешних факторов. По мнению Матецкой, чисто экономический подход при изучении культурных индустрий ограничен и гораздо интереснее анализировать то, как происходит взаимодействие на рынке культуры, т.е. перспективным является сетевой анализ.

Александр Пронин, преподаватель кафедры социологии НИУ ВШЭ в Петербурге, продолжил идею об ограниченности экономического подхода при исследовании культурных индустрий. Однако фокусом его критики стал институциональный подход, который не позволяет, по мнению докладчика, объяснить разнообразие существующих организационных форм, наличие неэффективных институтов, а также то, как окружающая среда влияет на поведение отдельно взятой фирмы. С такой постановкой вопроса не согласилась Елена Подколзина, доцент кафедры институциональной экономики НИУ ВШЭ. Александр Пронин, Елена Подколзина и слушатели в зале пытались определиться со смысловым значением терминов «институт» и «организация». Дискуссанты старались определить: их непонимание и несогласие возникли в связи с тем, что в экономике и социологии эти термины трактуются по-разному, или по какой-то другой причине.

В свою очередь, Елена Подколзина затронула вопрос неэффективности институтов: неэффективности для кого? Для различных игроков эффективность порой измеряется по-разному: так, для всего общества некий институт может казаться неэффективным, но при переключении уровня внимания

может обнаружиться, что для кого-то он всё же выполняет важную функцию. Подколзина остановилась и на проблеме измерения цены благ (в том числе культурных), а также отметила, что измерять эффективность некоторых организаций (например, некоммерческих организаций и других организаций в сфере культуры) невозможно через призму максимизации прибыли — эффективность такого рода организаций должна измеряться, скорее всего, по числу людей, которым было предоставлено некое благо.

После теоретических дебатов Олег Паченков из Центра независимых социологических исследований представил результаты эмпирического изучения сферы творческих индустрий (ТИ) в разные годы с начала 2000-х. Основной проект «Сектор творческих индустрий» был реализован в 2001–2002 гг., он отражает состояние сектора ТИ в Петербурге на заре его существования. Однако, как выяснилось, многие из обнаруженных тогда проблем сохраняются и сегодня — это разобщённость сектора, низкий уровень кооперации творческих индустрий друг с другом, раскол между «менеджерами» и «людьми искусства» (классическое разделение на высокую культуру и прагматику).

После серии докладов состоялся круглый стол «Культурные индустрии: актуальные вопросы функционирования и развития», в котором приняли участие и представители собственно культурных индустрий. Однако, кроме Алексея Нешитова, представителя лофта «Ткачи», присутствующие выразили сомнение по поводу собственной принадлежности к этому сектору. Например, Сергей Дмитриев, партнёр коворкинга «HomeWork», предложил участникам круглого стола определить, можно ли называть это креативной индустрией — создание удобного офисно-коммуникативного пространства, которое служит, скорее, для приятного и полезного общения и обмена мнениями, чем для получения прибыли от арендной платы. Екатерина Закревская, аспирант Высшей школы менеджмента, познакомила слушателей с проблемами развития российских музеев, многие из которых, безусловно, являются игроками в сфере культуры, но едва ли могут претендовать на то, чтобы именоваться креативными индустриями. Получая государственную поддержку, многие музеи не стремятся развиваться и придумывать новые формы для привлечения посетителей, придерживаясь идеологии «высокой культуры». В целом участники круглого стола сошлись во мнении, что существуют различные культурные и креативные индустрии, однако у них есть общие проблемы — взаимодействие с государством, поиск источников финансирования, а также поддержание стабильности (многие творческие индустрии живут в режиме проектов и рискуют прекратить существование, когда закончится проектный цикл).

Второй день семинара был посвящён уже не столько самим творческим индустриям, сколько их функционированию в более широком — городском — контексте. В отличие от первого дня, когда социологи, экономисты и менеджеры долго дискутировали по поводу терминологии и поиска общего языка, в вопросах городского развития исследователи были более-менее единодушны. Среди выступающих и публики большинство составили социологи, менеджеры и представители кафедры государственного и муниципального управления (ГМУ) НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге.

Первый доклад (Анна Желнина, кафедра социологии и Центр молодёжных исследований НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге) был посвящён определению потенциала и ограничений концепции креативного города. Поскольку в настоящее время концепция креативного города стала чрезвычайно популярной, а развитие территорий в «креативном ключе» становится необычайно модным, необходимо обратить внимание на возможные негативные эффекты подобного развития. В частности, такими эффектами могут быть социальное исключение, неоправданный рост цен на недвижимость, перекос в сторону культурного потребления, а не производства и т.п.

Юлия Папушина, доцент кафедры менеджмента Пермского филиала НИУ ВШЭ, в своём докладе «Креативный город и креативные индустрии: размышления о штампах и хорошо забытом старом» задалась похожими скептическими вопросами, обращаясь к примеру Перми, ставшей самым известным

в России полигоном для креативных экспериментов. Ирина Шафранская, ещё одна участница из Перми, в докладе «Город для креативного класса» представила результаты количественного исследования мнений жителей Перми о качестве жизни в городе и о городских ценностях. Проанализировав взгляды креативного и «некреативного» классов на то, что такое хороший город, исследователи пришли к любопытным выводам. В частности, оказалось, что гордиться своим городом, уделять большое внимание качеству городской среды склонен именно «некреативный» класс, в то время как представители креативных профессий в первую очередь думают о возможности профессиональных реализации и развития.

Ани Закарян, магистрант программы «Государственное и муниципальное управление», в докладе, подготовленном совместно с Анной Саниной, доцентом кафедры ГМУ, затронула тему гражданской позиции горожан и креативных способов её выражения. В частности, были приведены примеры творческого подхода к оформлению плакатов на протестных митингах, городских граффити общественно значимого содержания и т.п. Доклад вернул к жизни задремавшее было междисциплинарное непонимание. Социологи достаточно активно исследуют городские протестные движения, и в зале присутствовали несколько специалистов по этой теме. Недоумение Елены Тыкановой (аспирант факультета социологии СПбГУ), например, вызвало употребление термина «ментальность», который в социологических выступлениях употреблять не принято.

Выступление Сергея Малина, преподавателя кафедры ГМУ, было посвящено особенностям функционирования системы государственных закупок в целом и в сфере культуры в частности. Этот доклад вызвал живой интерес Екатерины Закревской, исследовательницы музеев, которая пыталась получить ответ на практический вопрос о том, чем государственный заказ отличается от государственного задания. Однако обсуждение лишь продемонстрировало, что система находится ещё в процессе становления и активно трансформируется, так что чётко определить, насколько эффективно она работает в сфере культуры, пока не представляется возможным.

Следующей в программе была видеоконференция с Юрием Автономовым, доцентом кафедры микроэкономического анализа НИУ ВШЭ, который прочитал лекцию «Эмпирические исследования спроса на культурные блага: исполнительское искусство и объекты культурного наследия».

Завершилась официальная часть семинара общей дискуссией, для которой модераторы выбрали тему «Роль внешних факторов в развитии творческих индустрий». «Отдуваться» за все творческие индустрии пришлось Константину Зильбербургу, руководителю лофта «Monochrome». В своём вступительном выступлении он отметил: несмотря на то что в настоящее время наблюдается бум креативных стартапов, большинство из них скоро прогорит в силу сложных условий существования малого бизнеса в целом. В Петербурге творческие индустрии, для которых основным путём развития является образование именно малых команд и организаций, могут не выжить в современных условиях, когда слишком высокие арендная плата и прочие расходы не позволяют им выйти на самоокупаемость. Основным игроком на рынке остаётся государство, взаимодействие с которым можно наладить только в случае объединения в более крупные ассоциации. Однако творческие индустрии пока не могут объединиться в такую ассоциацию для лоббирования своих интересов.

Взаимодействие с государственными структурами вообще стало одной из центральных тем всего семинара. Во время первой дискуссии Алексей Нешитов из «Ткачей» отметил, что пока есть лишь два пути развития творческих кластеров: низовые инициативы, которые занимаются тем, что им интересно, но могут платить только низкую аренду, а потому оказываются в плохих условиях; и крупные инвестиционные проекты, однако в этом случае инвестор хочет «отбить» свои вложения, и только платёжеспособные арендаторы (т.е. окупаемые и более крупные организации из сферы IT, дизайна) могут позволить себе попасть в «творческое пространство». Вскользь была отмечена третья возможность —

кооперация с районными и городскими властями. Однако этот вариант, по мнению Нешитова, грозит повернуть всё мероприятие в сторону выполнения задач районных администраций. Отвечая на вопрос, почему сотрудничество с властями не рассматривается как вариант, Константин Зильбербург отметил, что этот путь слишком сложен и затратен: не понятно, «куда идти», с чиновниками редко удаётся найти общий язык, вкусы чиновников не всегда совпадают с тем, что кажется правильным творческим людем, да и сама процедура общения с властью перегружена правилами и бюрократией.

Прошедший семинар получился очень насыщенным. Были представлены взгляды разных дисциплин на один и тот же предмет — и это было весьма продуктивно. Было интересно послушать, как представители смежных дисциплин подходят к изучению творческих индустрий с совершенно разных сторон, а иногда, наоборот, обнаружить много схожего в считающихся разными подходах. При этом обсуждение практических проблем сектора объединяло всех, были выявлены самые интересные и животрепещущие проблемы. В связи с этим хочется поблагодарить организаторов семинара за приглашение собственно «креативщиков».

Резюмируя, стоит сделать замечание по поводу модной сегодня междисциплинарности, которую, кстати, буквально за неделю до описываемого мероприятия обсуждали участники ещё одного семинара в питерской Вышке, который назывался «Индивидуальные потребительские стратегии в России на пересечении социологии, экономики, психологии». Действительно, важно не столько то, с какой стороны ты смотришь, сколько то, на что именно акцентируешь внимание, ведь продуктивной оказывается ориентация в исследованиях на конкретный вопрос, предмет изучения. Именно поэтому менеджеры и социологи, изучающие похожие проблемы (например, проблемы городского развития в эпоху творческих индустрий), легко находят общий язык и точки соприкосновения, в то время как теоретические дебаты об ограничениях методологий друг друга приводят только к недопониманию и укреплению границ дисциплин.