

УДК 338.2

А.Ю. Гурса



Гурса Анастасия Юрьевна, студентка 2 курса факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), email: anastasiagursa3188@gmail.com.

Научный руководитель: **Павлова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfat72@mail.ru.

ФЕНОМЕН «КРЕАТИВНОГО АРБИТРАЖА» В МОНОГОРОДАХ КАК ИНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ

Статья посвящена концепции креативного арбитража в моногородах, рассматриваемого как инструмент культурной политики и фактор диверсификации экономических систем, исторически сложившихся как моноспециализированные. На основе теоретических работ и конкретных примеров моногородов Урала, Сибири и зарубежных депрессивных территорий раскрывается двойственность данного явления.

Ключевые слова: креативный арбитраж, моногорода, культурная политика, креативные индустрии, отток талантов, социокультурное проектирование.

A.Yu. Gursa

Gursa Anastasia Yuryevna, 2nd year student at the Faculty of Humanities Education of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy St., 33), email: anastasiagursa3188@gmail.com.

Scientific supervisor: **Pavlova Olga Aleksandrovna**, Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of Socio-Cultural Activities at the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33), e-mail: lexfati72@mail.ru.

THE PHENOMENON OF «CREATIVE ARBITRATION» IN SINGLE-INDUSTRY TOWNS AS A TOOL OF CULTURAL POLICY

The article is devoted to the concept of creative arbitration in single-industry towns, which is considered as a tool of cultural policy and a factor of diversification of economic systems that have historically been monospecialized. . Based on theoretical works and specific examples of single-industry towns in the Urals, Siberia, and foreign depressed territories, the duality of this phenomenon is revealed.

Key words: creative arbitration, single-industry towns, cultural policy, creative industries, talent outflow, sociocultural design.

Проблематика развития моногородов приобретает особое значение в условиях постиндустриального перехода. Монопрофильные образования, сформировавшиеся вокруг градообразующих предприятий, оказываются в ловушке институциональной колеи, когда унаследованная структура экономики препятствует адаптации к новым условиям [1, с. 58; 3, с. 24]. В поисках новых драйверов экономики внимание исследователей обращается к креативным индустриям. Как отмечают авторы, исследования креативного потенциала малых городов в условиях смены технологического уклада, а также культурные и интеллектуальные ресурсы становятся возможной основой новой экономики [2, с. 12; 5, с. 223].

Однако перенесение столичных практик в специфические условия моногородов порождает феномен «креативного арбитража» – стратегии использования локальных преимуществ периферийных территорий для

создания добавленной стоимости при ориентации на внешние рынки [1, с. 62; 3, с. 28]. Восходя к идее «созидательного разрушения» Йозефа Шумпетера, эта концепция предполагает, что креативные индустрии способны преодолевать монофункциональность городской среды. В отличие от модели креативного суверенитета (опора на внутренние силы), арбитражная модель ориентирована вовне, что неизбежно для моногородов с ограниченным локальным спросом [1, с. 63; 3, с. 29].

Эмпирическую базу данного исследования составляют результаты мониторинга развития креативных индустрий в моногородах Урала и Сибири, представленные в работах И.С. Антоновой [1; 2], а также кейсы, описанные в исследованиях Е.Н. Рассоловой и К.А. Галкина [6], и в статье Н.Н. Андрейченко о креативных индустриях малых городов [4]. Опираясь на эти данные, рассмотрим конкретные примеры.

Так, в Верхней Пышме, расположенной в Свердловской области, потенциал креативного арбитража наиболее ярко проявился в индустриях рекламы, медиа и журналистики [1, с. 70]. Исследователи выделяют три метода развития малых городов: креативные кластеры, культурная индустрия, распределенное производство [2, с. 15; 5, с. 228]. Последнее обладает особым потенциалом, формируя каркас хозяйственной устойчивости [5, с. 230]. Однако развитие креативных индустрий в моногородах носит нестандартный, нелинейный характер. Возникает «парадокс креативного избытка»: меры поддержки могут приводить не к закреплению талантов, а к их релокации в более развитые центры [3, с. 32; 6, с. 59].

Креативный класс, по Р. Флориде, мобилен и чувствителен к качеству среды [9]; создание креативных пространств может сыграть роль «трамплина»: местные таланты получают новые компетенции, выходят на внешние связи, наращивают профессиональный уровень и, достигнув определённой точки, перемещаются туда, где эти компетенции могут быть монетизированы с максимальной отдачей, превращая город в донора

человеческого капитала. При этом решающее влияние на миграционные намерения молодёжи оказывают не столько экономические условия, сколько ощущение ограниченности возможностей для развития и отсутствие полноценной социальной среды [8, с. 12]. В российских моногородах (например, в Вольске) проблема усугубляется структурными факторами: дефицитом рабочих мест, ростом доли пенсионеров, отсутствием перспектив [7, с. 115]. Креативные пространства могут восприниматься как «чужеродные» анклав, усиливая желание уехать.

Опыт Выксы показывает, что устойчивость инициатив зависит от их способности генерировать не только культурные, но и экономические эффекты – создавать рабочие места, вовлекать местный бизнес [4, с. 45, 48]. Кейс Набережных Челнов демонстрирует важность стратегии «расширения границ» (генерация новых идей и сетей), а не просто создания «культурного города в городе» [6, с. 60]. Пространственный контекст также значим: исследования Урала и Сибири фиксируют модель «центр – полупериферия – периферия», где креативные предприниматели вынуждены ориентироваться на центры более высокого уровня [2, с. 35, 38].

Инструментом преодоления периферийности выступает социокультурное проектирование, которое, по П.В. Нестратову, укрепляет диалог общества и власти, отказываясь от «квазифирменных» подходов [5, с. 210, 214]. В отличие от кластеров-анклавов, оно встраивает креативные инициативы в решение реальных городских проблем, опираясь на местные сообщества [5, с. 217]. Эконометрическое моделирование подтверждает сохраняющееся влияние моноиндустрии [3, с. 40]. Для устойчивого развития необходим отказ от доминирования корпоративных интересов над городскими [5, с. 212].

Переход от арбитражной модели к суверенитету не бинарный выбор, а постепенное смещение баланса. На начальном этапе использование внешних ресурсов неизбежно, но затем должны формироваться внутренние механизмы: горизонтальные связи, интеграция проектов в городскую жизнь,

локальная идентичность. Значительным потенциалом обладают такие инструменты, как социокультурное проектирование и развитие распределенных производств, позволяющие соединять преимущества локальной среды с глобальными рынками, что создаёт предпосылки для закрепления талантов [5, с. 231].

Таким образом, правомерно утверждать, что креативный арбитраж амбивалентен: он может быть как механизмом развития, так и изъятия ресурсов – в зависимости от способности локальных институтов трансформировать внешние импульсы во внутренние процессы. Интегрированные в среду проекты удерживают человеческий капитал, «анклавы» – провоцируют отток. Преодоление пространственного неравенства требует целенаправленной политики, чувствительной к специфике конкретных мест.

Список источников

1. Антонова, И.С. Моногорода: на пути от креативного арбитража и суверенитета к креативному перетоку // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2025. – № 69. – С. 57-79.
2. Антонова, И.С. Концепция креативной новой индустриализации в пространственном социально-экономическом развитии моногородов Урала и Сибири // R-Economy. – 2025. – Vol. 11. – Iss. 1. – P. 22-48.
3. Благовидова, Н.Г., Мышкина, А.П., Юдина, Н.В. Креативный потенциал в устойчивом развитии малых исторических поселений // Architecture and Modern Information Technologies. – 2021. – № 1(54). – С. 221-234.
4. Андрейченко, Н.Н. Креативные индустрии как стимул социально-экономического развития малых городов // Вопросы культурологии. – 2024. – № 3. – С. 42-51.

5. Нестратов, П.В. Социокультурное проектирование как инструмент развития городской среды и укрепления общественного диалога с властью в моногородах // Культурная политика: от стратегии государства – к управленческим решениям организаций: сборник статей. – М.: Согласие, 2022. – С. 207-220.

6. Рассолова, Е.Н., Галкин, К.А. «Больше творческой энергии»: смыслы и функции креативного пространства в моногороде (кейс Набережных Челнов) // Интеракция. Интервью. Интерпретация. – 2022. – Т. 14. – № 2. – С. 55-65.

7. Социальное самочувствие молодежи в российском моногороде (на примере города Вольска Саратовской области) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2023. – Т. 23. – № 1. – С. 112-119.

8. Dursun, D. Staying or Leaving a Shrinking City: Migration Intentions of Creative Youth in Erzurum, Eastern Türkiye // Sustainability. – 2025. – Vol. 17(15). – P. 1-22.

9. Florida, R. The Rise of the Creative Class: and How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life. – New York: Basic Books, 2002. – 404 p.