

УДК 130.2:314.743

## УСЛОВИЯ И ПРЕДПОСЫЛКИ СОЗДАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО КЛАСТЕРА

**ХМЫРОВА-ПРУЕЛЬ  
ИРИНА  
БОРИСОВНА**

*кандидат социологических наук,  
старший преподаватель,  
Санкт-Петербургский государственный  
университет, кафедры культурологии, эстетики и  
философии культуры Института философии,  
-Петербург, Российская Федерация, hmy-p@list.ru*

**Ключевые слова:**

культура  
социокультурный  
кластер  
креативность  
история культуры  
народный дом

**Аннотация:**

В современных условиях кластер всё больше занимает социокультурное пространство. Под кластером понимается множество различных структур и механизмов, которые поддерживают процессы кластеризации, определяются общим характером и объединяют довольно традиционные политики развития общества. На практике же кластерная политика может быть непредсказуемой. Поэтому становлению кластерной концепции как научного и практически проверенного подхода должно предшествовать понимание данного понятия и всех связанных с ним явлений. Актуальность статьи обусловлена проблемой осмысления явления кластера в социокультурном пространстве. Для решения этой задачи необходимо было проанализировать исторические предпосылки и условия возникновения социокультурного кластера.

© 2020 Петрозаводский государственный университет

Получена: 06 марта 2020 года

Опубликована: 06 апреля 2020 года

За последнее время в социокультурном пространстве России произошли значительные перемены, которые были вызваны общей трансформацией российского общества. Та динамика, с которой развивается все социокультурное пространство современности, способна вызывать многочисленные проблемы во всех сферах человеческой деятельности, особенно это проявляется в различных формах культуры. И для разрешения подобной проблемы необходимо найти те ответы, которые могли бы определять стратегию развития социокультурной среды в российском обществе. В данном случае подразумевается наработка новых принципов, механизмов и способов культурного развития, а так же поддержка в создании новых форм культурных практик.

Культура – это многоуровневая среда, которая может быть представлена как традиционная культура, как арт-культура, как молодежная культурная индустрия, включающая в себя театры, музеи, выставочные залы, библиотеки, книгоиздание, кинематограф и т.п. И все это выполняет весьма важные социальные функции, которые связаны с образованием, воспитанием, процессами социализации, идентификации и многим другим. Вместе с тем, возможности культурной среды заключаются не только в обозначенном контексте, они превосходят по своему потенциалу функцию сохранения, трансляции наследия культуры. Исходя из опыта истории развития культуры, которые изобилуют различными формами воздействия – это и величественные архитектурные ансамбли, уникальные природно-культурные места, и наскальные рисунки, мифы, предания, и, разумеется, современные фестивали и концерты, – все это может быть использовано не только в целях воспитания и приобщения

к духовному наследию. Культура способна выступить как мощный региональный ресурс, который способен переломить кризисную ситуацию и дать новое движение к интенсивному развитию провинциальных территорий и стать фундаментом этого развития.

Однако возникает вопрос, может ли культура самостоятельно быть капиталом или приносить экономический рост? По мнению европейских аналитиков, культуру можно рассматривать как стратегический фактор социально-экономических перемен. Рассматривая многочисленные примеры, ученые пришли к выводу, что потенциал культуры отдельного региона и его способность поддерживать и стабилизировать разные виды экономической деятельности; более того, культура, при определенных финансовых вложениях, может стать силой, которая способна изменить не только регионы, но и политику страны[3]. Хотя надо признать, что в погоне за «благополучием» экономики, утрачиваются понимания важности культурных ресурсов как основы для политических и экономических решений. Разумеется, подобная среда создает благоприятную культурную и социальную атмосферу для человека как основной движущей силы любой инновации, модернизации. Тем более что данный вопрос напрямую связан с провинциальной проблемой, когда талантливые люди и одаренная молодежь уезжают не просто в город, а в столичные города, за границу.

Между тем, все чаще появляются и утверждения о том, что «в современном мире культура становится важным фактором, определяющим финансовые вложения – инвестиции, а также мощным инструментом политики развития территорий» [12: 53], [1: 43]. Отсюда следует, что сферы культуры можно представить как ресурсный потенциал региона, который способен дать новые приоритеты в понимании ее назначения и возможностей. Культурные ресурсы, как и любой другой вид ресурса, при соблюдении определенных условий, могут приносить «доход». Подобные теоретические взгляды находятся на стыке исследований об экономике и культуре, и в итоге приводят к обновленному пониманию возможностей сферы культуры в наши дни. В данном случае речь идет о креативной экономике, которая основана на интеллектуальной деятельности, на реализации новых знаний, проектом мышлении, креативном воображении и творчестве. Преимуществом креативной экономики, как показывает мировой опыт, является ее способность не только отказаться от сырьевой зависимости, но и обеспечить стабильность развития конкретного региона, повысить инвестиционный климат, создать благоприятные социокультурные условия для общества. Причем ключевым звеном такого рода экономики становится креативный класс – люди, способные к творчеству, к созданию чего-то нового [4: 78].

Современная сфера социокультурной жизни общества обеспечивается, прежде всего, деятельностью учреждений культуры. При этом сохраняется и развивается культурное пространство каждого региона, формируется культурная среда в каждом населенном пункте, создаются необходимые условия для культурно-творческой деятельности населения, что является одним из базовых элементов, который обеспечивает существование целостности государства.

Задачей же креативных индустрий является создание и реализация творческого продукта: дизайнерские проекты, театральные и художественные перформансы, книги, фильмы и т.д. Иными словами, в результате подобной деятельности происходит коммерциализация идеи, что и приносит определенную прибыль.

Креативные индустрии базируются на творческих способностях людей, которые совместно с менеджерами и технологами создают культурные товары и услуги. Кроме того, креативные индустрии способны организовываться в некоторые сообщества, которые сегодня обрели и креативное название в виде *кластерного* пространства, что и способствовало образованию творческих *креативных кластеров* [11: 45], [2].

Одним из самых важных признаков кластера является его устойчивость. Важным условием устойчивости являются позитивные взаимоотношения внутри кластера, которые обеспечивают его прогрессивное развитие. Наличие такого рода взаимосвязей является обязательной характеристикой кластера. Можно сказать, что кластер – это множество субъектов, находящихся в состоянии устойчивых взаимоотношений, объединенных единой целью развития. Такие отношения становятся возможными только при существовании рабочей модели лидерства, которая может быть основанием для формирования этой цели и установления постоянной коммуникации, единой системы ценностей.

Надо отметить, что модель лидерства, присущая кластеру, принципиально отличается от большинства классических моделей – она намного более динамична, функциональна, эффективна. И, главное, позволяет развернуть рабочую модель социокультурных отношений в условиях отсутствия единого центра, что является крайне важной характеристикой в условиях глобальной культуры.

Более того, в условиях быстро развивающихся и изменяющихся процессов, которые связаны с

интерактивным и виртуальным миром, отношения между людьми переходят на качественно новый уровень. Одним из основных таких факторов общественного прогресса становится доверие между людьми, причем на всех уровнях: государство – общество, власть – народ, человек – человек. Учреждения культуры способны обеспечить широкий диапазон и универсальность содержания процессов реализации этого доверия, создать оптимальные условия для развития личности, коллективных форм организации, обуславливающих взаимодействие различных социальных, профессиональных, культурных, возрастных групп населения.

Надо полагать, что социокультурная политика и стратегия государства – это выбор направления развития определенного объекта (это может быть и страна в целом, иотраслитерриториального и муниципального образования), т.е. определение движения объекта во времени (траектории развития). При этом начальным пунктом разработки стратегии развития является попытка соединения желаемых целей и ограниченных возможностей. И подобные решения, действующие на основе кластерного подхода, можно применить к социокультурной деятельности

Что же такое «кластер» и почему это слово так удобно для определения социокультурной деятельности? Например, в словаре В. К. Мюллера термин «cluster» означает «скопление, концентрацию» [8: 114]. И в музыке тоже есть подобное определение – группа или сочетание звуков взятых одновременно для достижения определенных образов. Еще одно определение из астрономии – группа звезд, связанных друг с другом силами гравитации, в химии – сложное объединение нескольких атомов и молекул и т.д. Можно сделать небольшой вывод, что *кластер* – это в первую очередь *объединение*, которое способно решать различные по сложности задачи для развития социокультурных отношений.

Основоположник кластерного подхода американский экономист, профессор кафедры делового администрирования Гарвардской школы бизнеса Майкл Юджин Портер полагает, «что кластеры помогают не только зарабатывать деньги, но и служат лучшей средой для инноваций, самореализации людей и налаживания отношений в сообществе» [10: 129]. Пожалуй, именно это высказывание имеет самое непосредственное отношение к развитию культурной среды любой территории. Так как социокультурный кластер, объединяя материальные, организационные, инфраструктурные, кадровые ресурсы муниципального образования, способен создать принципиально новую, привлекательную для населения культурную среду

Итак, кластер – это группа близких, родственных, объединенных между собой, компонентов: это могут быть предприятия, организации, объединения виртуальной группы, в которую входят несколько компьютеров и др.

Стоит отметить, что понятие «кластер» введенное в обиход специалистом в области изучения природы конкуренции М.Ю. Портером так же связано с формированиями и развитиями регионов. По его мнению, кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, которые действуют в определенных сферах и характеризующиеся общностью деятельности и взаимодополняющие друг друга. Например, это могут быть предприятия, входящие в кластер, при этом они должны иметь общее или близкое географическое положение, сумму капиталовложения, поставщиков, состояние конкурентоспособности, доступ к специализированным услугам, трудовые ресурсы, присутствие специализированных учебных заведений, наличие исследовательских организаций, отраслевую принадлежность и другое [13:15–20].

В нашей российской действительности кластер – это еще и сотрудничество «действующих в определённой сфере предприятий» с научными, финансовыми учреждениями и органами местной власти [12: 28-41].

Совсем другое представление о кластереу аналитика Издательского дома «Ом-Медиа» А. Личутина. Он как будто реабилитирует понятие «культурной услуги», которое до сих пор вызывает отторжение у многих профессионалов сферы культуры. Формулируя «Тезисы о культурных кластерах», А. Личутин делает заключение, что «в случае “культурной услуги” мы действительно переживаем некоторый опыт, который может дать данная территория, данное сообщество, данная традиция. Целостность, многогранность этого опыта способен обеспечить только кластер. Под социокультурным кластером надо понимать многоуровневую, внутренне дифференцированную открытую динамичную систему, интегрирующую учреждения и организации независимо от организационно-правовых форм собственности, с целью формирования благоприятной социально-культурной среды и предоставления населению качественных услуг. Мы полагаем, что в настоящее время сложились необходимые условия и предпосылки для создания социокультурного кластера» [6: 16-17].

Анализируя историко-географические предпосылки создания социокультурных кластеров с

позиции сущностных характеристик кластерного подхода, можно установить некоторую преемственную связь между понятиями «социокультурный кластер» и «народный дом».

Первым народным домом в России принято считать Лиговский народный дом в Санкт-Петербурге, открытый в 1903 году на средства графини Паниной Софьи Владимировны (1871–1956). И данная идея нашла последователей. Народные дома появились при Харьковском и Киевском обществе грамотности. Активно начинают развиваться в Воронежской, Курской, Симбирской, Ярославской губерниях. Народные дома, являясь центрами общественной жизни, обслуживали разнообразные потребности местного населения: просветительские, культурные и экономические, объединяя в себе всю деятельность земства в области внешкольного образования. Народные дома сплачивали имеющиеся культурные силы местного населения и устанавливали тесную связь между ними и земством на почве просветительской деятельности (сегодня это Прилукская улица, Дом культуры железнодорожников, Театр имени Паниной) [7: 271].

Надо отметить, что государственные органы власти выступали гарантами становления народных домов. Им принадлежала инициатива постройки дома, поиск партнеров и меценатов для этого (например, Псковский народный дом был устроен городским управлением), они морально и материально поддерживали уже проявленную инициативу (так, Нижегородская городская дума постановила 19 октября 1905 года «принять содержание народного дома в Нижнем Новгороде на счет города»). Они выступали посредником в поисках возможных содержателей домов. К примеру, Томская городская дума передала в аренду местному союзу русского народа Народный дом, построенный на частные средства. Харьковский народный дом был открыт усилиями общества грамотности и попечительства о народных чайных при материальной поддержке в 80 тысяч рублей Министерства финансов.

В структуру народного дома входили отделы, выполняющие рекреационную, просветительскую функции и функцию социального обеспечения (отдел здоровых развлечений, внешкольного образования, благотворительности), деятельность которых носила некоммерческий характер; библиотека-читальня, дешевая столовая или чайная. Иногда при библиотечках открывались пункты продажи книг и книжный склад.

Управление народными домами осуществлялось на основе местного самоуправления. Учредительным органом выступали общественные организации, сельские общества, кооперативы. Законодательным являлось общее собрание членов общества. Управление осуществлял коллегиальный орган (комитет) из представителей земства и общественных организаций. Впоследствии, народные дома переродились в рабочие клубы, затем во дворцы (дома) культуры.

На заре Советской России, в 1917 году появилась необходимость создания новой Пролетарской культуры, в августе того же года состоялась Вторая конференция фабрично-заводских комитетов в Петрограде, на которой с докладом «О постановке культурно-просветительской работы» выступил А.В. Луначарский. По данному докладу была принята резолюция, которая призывала «приступить к организации объединенного центра, который контролировал бы всю культурную работу в рабочей среде и руководил бы ею сначала в Петрограде, а потом по всей России» [9: 236–237]. Таким образом, можно сделать предположение, что Пролеткульт, как массовое социокультурное движение, является уникальным, не имеющее аналогов в истории отечественной культуры.

Кроме этого, культурное и социальное развитие предреволюционной России обусловило формирование рабочей интеллигенции, активность которой была направлена:

- на сохранение культурного наследия путем образования и самообразования, это было возможно благодаря складывающейся системе внешкольного образования (вечерние курсы, народные университеты, народные дома, рабочие клубы, библиотеки при профсоюзах и многое другое);
- на самореализацию с помощью творческой деятельности (рабочие театры и драматические кружки, литературное журналистское творчество);
- на самоопределение, т.е. рабочая интеллигенция, противопоставляла себя, с одной стороны власти, а с другой – малосознательным рабочим.

Пролеткульт сформировался как разветвленная сеть культурно-просветительских организаций: губернских, районных, городских, фабрично-заводских и имел достаточно стройную структуру. Надо отметить, что культурная политика большевиков в первые годы советской власти была ориентирована на радикальные изменения. Именно в этих условиях принципы, которые выдвигал Пролеткульт, были ориентированы на значительную переоценку культурного наследия. История Пролеткульта позволяет выявить не только положительный, но и отрицательный опыт деятельности социально-культурного движения, который может быть свойствен любому культурному процессу.

И, тем не менее, в истории можно найти много примеров, которые подтверждают значимость

социокультурного объединения, сообщества, которые способны возродить традиции народных домов с учетом нынешних реалий, проектируя социокультурный кластер каждой территории муниципального образования в Дом (Дворец) культуры.

Однако, те реформы, которые проходят в России (и не только) ведут к сокращению централизованных дотаций в сфере культуры, что заставляет искать нетрадиционные источники финансирования и нетрадиционные ресурсы. С точки зрения опыта народных домов это может быть:

- расширение в рекреационной сфере тех видов культурно-досуговой деятельности, которые могли бы быть популярны у населения и приносить доход;
- создание в сфере инфраструктуры производств, способствующих достижениям целей культуры, обеспечивающих учреждения культуры необходимыми техническими средствами, и дающих дополнительные финансовые средства за счет аренды их другими организациями или частными лицами;
- вступление в деловые отношения с индивидуальными предпринимателями, предприятиями, общественными организациями с целью расширения границ деятельности;
- предоставление аренды помещений им для проведения мероприятий;
- создание смежных услуг;
- проводится формирование региональной инновационной системы за счет развития инфраструктуры для обеспечения совместной деятельности ведущих научных и образовательных учреждений, промышленных парков, центров коллективного пользования и других элементов, создания условий для обеспечения равного доступа участников инновационных проектов к ресурсам, стимулирования спроса на инновационную продукцию, подготовки специалистов в сфере инновационного менеджмента.

Благоприятный экономический и социальный климат, высокий ресурсно-сырьевой, технологический и интеллектуальный потенциал, низкий уровень рисков делают инвестиционно привлекательным регионом.

Таким образом, органы власти региона заинтересованы в кластерном варианте развития экономики данной местности, развития кооперации и сотрудничества. В свою очередь, экономическое развитие региона зависит от его культурного потенциала [5].

В заключении стоит заметить, что богатство культуры заключается не только в количестве памятников или подлинности культурных артефактов, но и в способности воспроизводить элементы и образы культуры в современном пространстве. Культура, наполняемая новым содержанием и новыми способами переживания, может успешно «работать» на конкретную территорию. Сегодня во многих городах мира творческие кластеры, как гроздь культуры, становятся одними из влиятельных рычагов, способных решить многочисленные социальные, культурные и экономические проблемы регионов. И, совершенно очевидно, что использование в русском языке слова «кластер» есть типичный пример совершенно необязательного заимствования, которое в относительно недавнем прошлом называлось «низкопоклонством перед Западом». Тем более, что у понятия «кластер» в русском языке существуют множество достойных аналогов: «группа», «объединение», «общество», «союз», «ассоциация», «товарищество», «артель», «команда», которые более точно отражают значимость русской традиции в развитии социокультурных процессов России.

\* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Проект № 18-011-00977 «Кластерная культура: исследовательские стратегии и философская аналитика»

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Буренина И.В., Овчинникова А. А. Проблемы формирования кластеров // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2010. № 12 (43). 178 с.
2. Гнедовский М. Творческие индустрии: Стратегия инновационного развития. URL: <http://old.interstudio.ru/projects/doclads/gnedovsky.htm> (дата обращения 20.12.2019).
3. Гончарик А.А. Политика в области творческих индустрий: зарубежный опыт и российские реалии. <http://creativeindustries.ru/rus/publications/6> (дата обращения 20.12.2019).
4. Зеленцова Е. Креативные индустрии. Зарубежный опыт прикладных исследований // Культурология. Фундаментальные основания прикладных исследований / Под ред. И.М. Быховской. М., 2010. 258 с.
5. Исланкина Е.А. Кластерный подход в экономике: концептуальные основы, история и

современность. URL <https://www.hse.ru/data/2015/06/05/1097350627/%D0%9A%D0%9B%D0%90%D0%A1%D0%A2%D0%95%D0%A0%D0%9D%D0%AB%D0%99%20%D0%9F%D0%9E%D0%94%D0%A5%D0%9E%D0%94%20%D0%92%20%D0%AD%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%9E%D0%9C%D0%98%D0%9A%D0%95%20%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%A6%D0%95%D0%9F%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%AB%D0%95%20%D0%9E%D0%A1%D0%9D%D0%9E%D0%92%D0%AB,%20%D0%98%D0%A1%D0%A2%D0%9E%D0%A0%D0%98%D0%AF%20%D0%98%20%D0%A1%D0%9E%D0%92%D0%A0%D0%95%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC.pdf> (дата обращения 20.12.2019).

6. Личутин А. Тезисы о культурных кластерах // Экология культуры. 2008. № 2. 180 с.
7. Мыслящие миры российского либерализма: графиня Софья Владимировна Павлова (1871–1956) / Сост. М.Ю.Сорокина. М.: Дом русского зарубежья им. А. Солженицына, 2012. 271 с.
8. Мюллер В. К. Англо-русский и русско-английский словарь: 150 000 слов и выражений. М., 2009. 114 с.
9. Октябрьская революция и фабзавкомы. М., 1927. Ч. 1. 278 с.
10. Портер М. Конкуренция. М., 2005. 608 с.
11. Творческие индустрии в современном городе // Программа содействия малым проектам приграничного сотрудничества «Тасис» / Под ред. Е.Беловой и др. СПб, Хельсинки, Манчестер, 2002. 45 с.
12. Федотова Н.Г. Культурный капитал как фактор региональной модернизации // Культурное обозрение: Информационно-аналитический сборник. Великий Новгород, 2010. № 2. С. 28-41.
13. Porter M. Local Clusters in a Global Economy. Economic Development Quarterly. 2000. № 14 (1). P. 15-20.

#### REFERENCES

1. Burenina I.V., Ovchinnikova A. A. Problems of cluster formation // Almanac of modern science and education. Tambov: Gramota. 2010. No 12 (43). 178 p. (In Russ.)
2. Gnedovskiy M. Creative Industries: Strategy for Innovative Development // <http://old.interstudio.ru/projects/doclads/gnedovsky.htm>. (accessed 20.12.2019) (In Russ.)
3. Goncharik A.A. Creative Industries Policy: Foreign Experience and Russian Realities // Bez-temy. 2008. No 1 (7). <http://creativeindustries.ru/rus/publications/6> (accessed 20.12.2019)
4. Zelentsova E. Creative industries. Foreign experience of applied research // Culturology. Fundamental foundations of applied research / Ed. I.M. Bykhovskaya M., 2010. 258 p. (In Russ.)
5. Islankina E.A. The cluster approach in the economy: conceptual foundations, history and modernity. <https://www.hse.ru/data/2015/06/05/1097350627/%D0%9A%D0%9B%D0%90%D0%A1%D0%A2%D0%95%D0%A0%D0%9D%D0%AB%D0%99%20%D0%9F%D0%9E%D0%94%D0%A5%D0%9E%D0%94%20%D0%92%20%D0%AD%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%9E%D0%9C%D0%98%D0%9A%D0%95%20%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%A6%D0%95%D0%9F%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%AB%D0%95%20%D0%9E%D0%A1%D0%9D%D0%9E%D0%92%D0%AB,%20%D0%98%D0%A1%D0%A2%D0%9E%D0%A0%D0%98%D0%AF%20%D0%98%20%D0%A1%D0%9E%D0%92%D0%A0%D0%95%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC.pdf> (accessed 20.12.2019) (In Russ.)
6. Lichutin A. Theses on cultural clusters // Ecology of culture. 2008. No 2. 180 P. (In Russ.)
7. The thinking worlds of Russian liberalism: Countess Sofya Vladimirovna Pavlova (1871–1956) / Comp. M.Yu. Sorokina. M.: House of Russian Abroad A. Solzhenitsyna, 2012. 271 p. (In Russ.)
8. Myuller V. K. English-Russian and Russian-English Dictionary: 150,000 words and phrases. M., 2009. 114p. (In Russ.)
9. October revolution and factory committees. M., 1927. Part. 1. 278 p. (In Russ.)
10. Porter M. Competition. M., 2005. 608 p. (In Russ.)
11. Creative industries in a modern city // Program of assistance to small projects of cross-border cooperation «Tacis» / Ed. E. Belova et al. St. Petersburg, Helsinki, Manchester, Cantell T. et al. September, 2002. 45 p. (In Russ.)
12. Fedotova N.G. Cultural capital as a factor of regional modernization // Cultural review: Information and analytical collection. Veliky Novgorod, 2010. No 2. С. 28-41. (In Russ.)
13. Porter M (2000) Local Clusters in a Global Economy. Economic Development Quarterly. N. 14 (1): 15-20 p.

## CONDITIONS AND BACKGROUND OF CREATING A SOCIO-CULTURAL CLUSTER

**KHMYROVA-PRUEL**  
**Irina**

*candidate of sociological sciences,  
Senior lecturer,  
St. Petersburg University, department of cultural science,  
esthetics and philosophy of culture,  
St. Petersburg, Russian Federation, hmy-p@list.ru*

**Keywords:**

culture  
sociocultural  
cluster  
creativity  
cultural history  
people's house

**Summary:**

In modern conditions, the cluster is increasingly occupying a sociocultural space. A cluster refers to many different structures; and the mechanisms that support the clustering processes are determined by a general nature and combine fairly traditional policies for the development of society. In practice, cluster policy can be unpredictable. Therefore, the formation of a cluster concept as a scientific and practically proven approach should be preceded by an understanding of this concept and all that is associated with it phenomena. The relevance of the article is due to the problem of understanding the phenomenon of the cluster in the sociocultural space. To solve this problem, it was necessary to analyze the historical background and conditions for the emergence of a socio-cultural cluster.