

УДК 332.025

КУЛЬТУРНАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Ю. Ю. Рассеко

*Старший преподаватель кафедры международного менеджмента
Белорусского государственного университета, г. Минск*

Культура и досуг являются ключевыми элементами как для местного предпринимательства, так и для формирования стратегии развития городскими властями. Вопросы, связанные со стратегическим развитием культуры, привлекают внимание ученых в разрезе крупных городов, творческих кластеров и флагманских проектов высокой культуры. Малые города и их, зачастую существенно отличающиеся, культурные стратегии в значительной степени игнорировались, что привело к огромному разрыву в наших знаниях о современных изменениях малых территорий.

Ключевые слова: культура; культурная стратегия; творческие предприятия.

CULTURAL STRATEGY AS AN ELEMENT OF DEVELOPMENT OF SMALL TERRITORIES

Yu. Rasseko

*Senior Lecturer of the Department of International Management
Belarusian State University, Minsk*

Culture and leisure are key elements, both for local entrepreneurship and for shaping the development strategy of the city authorities. Issues related to the strategic development of culture attract the attention of scientists in the context of large cities, creative clusters and flagship projects of high culture. Small towns and their often significantly different cultural strategies have been largely ignored, leading to a huge gap in our knowledge of modern changes in small territories.

Key words: culture; cultural strategy; creative enterprises.

Культура – это деятельность, формирующая ценностные ориентиры общества, как отрасль, определяющая имидж страны в мире. Однако в малых городах и селах она имеет и другое значение – культура определяет базовый уклад жизни, повседневную активность граждан, формирует местные сообщества. Модель развития культуры в селах и малых городах – не стремление к профессионализации по различным видам искусств, в ней предусматривается более широкий подход к культуре, включающий социокультурные инициативы граждан, деятельность творческих союзов, субъектов малого предпринимательства.

В рамках данного подхода очерчивается круг проблем. Многие объекты культуры в малых городах воспринимаются в XXI веке как безнадежно устаревшие. Более общая проблема – недостаточное владение работниками культуры в малых городах и селах современными формами и форматами культуры. Профиль деятельности учреждений культуры часто не совпадает с запросом местного населения. В результате культурные учреждения и объекты не выполняют роль общественных пространств, создающих, в том числе, среду для самовыражения и самореализации граждан. У сотрудников учреждений культуры малых городов и сел часто нет знаний и компетенций относительно того, как подать заявку на участие в грантовых программах, что существенно осложняет доступ к финансовым ресурсам. Одной из проблем государственных учреждений культуры является узкий и слишком традиционный ассортимент предлагаемых населению услуг. Культура как фактор интеграции местных сообществ часто недооценивает-

ся. Сокращающееся финансирование бюджетных организаций культуры не способствует их вовлечению в творческое взаимодействие с обществом. Система оценки эффективности средств, выделяемых на культуру, опирается на количественные показатели, при этом социальный эффект культуры, ее долгосрочное воздействие на общество остаются вне области оценки. Культурные лидеры в малых городах и селах в настоящий момент оказываются за пределами системы государственной поддержки культуры, хотя именно они в основном формируют очаги культурной активности. Еще не сформирована политика развития творческих предприятий, в отличие, например, от политики развития наукоемких отраслей. Это препятствует системному развитию творческого сектора экономики сел и малых городов. У частного бизнеса нет полномочий, позволяющих им осуществлять работу на государственных объектах культуры. Бренд территории сегодня не рассматривается как полноценный элемент культурной политики. Действующие механизмы наполнения местных бюджетов не позволяют полноценно поддерживать ни инфраструктуру, необходимую для сохранения историко-градостроительной среды, ни саму среду [1].

Целесообразно, с целью нивелировать барьеры развития культурной среды малых городов, уделить внимание следующим направлениям:

- выделить ресурсы на обучающие программы и площадки для общения и обмена опытом;
- сформировать систему специальных мер по модернизации и развитию объектов культуры в малых городах и селах. Необходимо предусмотреть в данной системе образовательный модуль, в частности, предполагающий стажировки работников культуры в организациях, использующих современные форматы (театрах, галереях, арт-проектах, фестивалях и т. д.);
- разработать обучающие программы для руководителей учреждений культуры по работе с культурными сообществами и организации общественных пространств;
- предусмотреть повышение квалификации работников культуры в области использования грантовых инструментов;
- выделить ряд дополнительных направлений (например, интернет-грамотность, бизнес-грамотность), которые могли бы предлагать жителям Дома культуры в городах и селах. Предусмотреть разработку типовых решений и обучающих программ по данным направлениям для работников;
- создать программу по работе с местными сообществами как субъектами культуры с учетом критериев эффективности и ключевых показателей эффективности (KPI), учитывающих действительное вовлечение жителей в культурную жизнь. Для измерения социального эффекта культурной политики в малых городах целесообразно ввести независимую оценку для региональных властей;
- организовать поддержку активных групп граждан, не имеющих юридического лица;
- проработать возможные формы взаимодействия между органами культуры и бизнесом, в том числе, социальным. Сегодня нет реальных финансовых стимулов для работы с малым бизнесом, оказывающим услуги в сфере культуры;
- выделить социальных предпринимателей, работающих на малых территориях, в отдельную категорию (целевую группу), и разработать механизмы их поддержки;
- выработать систему поддержки местных брендов. Важно отталкиваться от понимания бренда не как логотипа территории, а как фактора идентичности, способствующего сохранению населения [2].

Реализация данных мероприятий позволит сформировать эффективную «культурную» платформу, что способствует развитию малых городов и прилегающих территорий.

Библиографические ссылки

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Нац. комис. по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редкол. : Л. М. Александрович [и др.]. – Минск : Юнипак, 2004. – 202 с.
2. Стратегическое развитие культуры на малых территориях [Электронный ресурс] / Материалы экспертного совета по малым территориям // URL : <http://rusregions.com> (дата доступа 5.01.20).