



## Культура монопрофильного города: от остаточного принципа к креативной экономике

**Аннотация.** Статья посвящена актуальным вопросам развития культуры в г. о. Тольятти – крупнейшем монопрофильном городе России. Показана роль традиционной культуры в современных условиях, рассмотрены факторы, которые затрудняют участие традиционных учреждений культуры в формировании креативного города. Сформированы новые приоритетные направления развития культуры на пути к креативному городу.

**Ключевые слова:** город, культура, постиндустриальная экономика, творческие индустрии, креативная экономика.

В эпоху постиндустриальной экономики в активных городах России осуществляется переход от экономики, основанной на материальных активах, к экономике, основанной на знаниях, нематериальных активах. Основным ресурсом развития экономики становится человеческий потенциал, без которого невозможно развитие такой сферы как культура.

В последнее время возросла ее роль в социально-экономическом развитии городских территорий. Культура является важной отраслью социальной инфраструктуры города. Но если раньше она рассматривалась исключительно как сектор, постоянно требующий дотаций и поглощающий вкладываемые средства без какой-либо надежды на отдачу, то сегодня в эпоху постиндустриальной экономики она – один из мощных факторов роста, создающих новые рабочие места и способствующих обновлению индивидуальности города, повышению его конкурентоспособности [1, 2]. Культурные организации (театры, галереи живописи, салоны мод, студии дизайна, арт-кафе, и т. д.) имеют «свое лицо», и создают уникальную атмосферу. Именно поэтому они интересны не только горожанам, но и приезжим, привлекая при этом в город дополнительные финансовые средства.

Более того, в развитых странах потенциал культуры задействован как мощный инструмент возрождения городов. В активных городах она из вторичного феномена уже давно превратилась в важный градообразующий фактор, что сегодня рассматривается как революционное явление урбанистического процесса [3].

Воздействие культуры многообразно, потому что она подсказывает творческие решения. И развитие городов сегодня надо рассматривать в первую очередь через призму культуры [4, 5]. Также очевидно позитивное влияние культуры и культурных организаций на поток прямых инвестиций, поскольку инвесторы сегодня ищут места с богатой культурной жизнью, привлекательные для их сотрудников. Оценивая социальный и образовательный эффекты культуры, можно сказать, что она способствует накоплению социального капитала и усиливает готовность общества реагировать на перемены [6].

Особое внимание стоит уделить современной культуре, ведь без ее вовлечения в действительность она не может сохранять жизненные силы и обновляться. В этом смысле источником инноваций являются творческие индустрии [7, 8], которые делают городскую культуру конкурентоспособной, что необходимо для ее выживания в нашем меняющемся, охваченном стремительной глобализацией мире.

Вся «деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое нача-



ло, навык или талант, и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» относится к творческим индустриям [9]. В их число входит: дизайн, кинематограф, видео, музыка, издательская деятельность, изобразительное искусство, народное творчество, СМИ, организация отдыха и видеоигр и др.

Такие мировые города как Лондон, Нью-Йорк, Париж процветают именно благодаря развитию творческих индустрий. Они в течение ряда десятилетий или столетий вновь и вновь изобретали себя заново, приспосабливаясь к новым условиям. В России этот процесс только зарождается. Но уже сейчас есть города, где творческие индустрии выступают как градообразующий фактор. К ним относятся Москва и Санкт-Петербург. В последние годы инновационная стратегия развития культуры, базирующаяся на творческих индустриях, активно реализуется в г. о. Тольятти [10, 11].

Тольятти – крупнейший монопрофильный город России. Сегодня он обладает огромным творческим потенциалом и ресурсами для развития творческого бизнеса и туризма. В пользу этого говорит большое количество высших учебных заведений, которые выпускают специалистов творческих специальностей: дизайнеров, журналистов, актеров, специалистов по рекламе, музыкантов, художников, архитекторов. В городе имеется много разных творческих предприятий, которые вносят значительный вклад в его экономическую и социальную жизнь (3 профессиональных и множество театров студийных, молодежных, более десяти кинозалов, 7 дворцов культуры, картинная галерея, краеведческий музей, филармония, взрослая и детская централизованные библиотечные системы, современный выставочный комплекс, симфонический оркестр, музыкальное училище, институт искусств, лицей искусств, а также 7 детских музыкальных, 3 детские художественные и 5 детских школ искусств, хореографическая школа им. М. Плисецкой). Художественные силы города объединены в творческие союзы – художников, архитекторов, писателей, журналистов, дизайнеров [12].

В настоящее время в Тольятти поддерживаются новые направления в сфере культуры. Например, библиотечное пользование постепенно заменяется электронными и аудио-книгами, которые более удобны в использовании, активно развивается сеть Интернет-кафе [13].

В Тольятти всячески поддерживают развитие культурного туризма. Город очень удачно расположен географически – на берегу реки Волги в обрамлении Жигулевских гор и лесов, имеет развитую для туризма инфраструктуру – базы отдыха, санатории, горнолыжные базы, высокого качества спортивные сооружения. В Автограде более 130 объектов размещения туристов, загрузка которых колеблется от 50% до 100% в зависимости от сезона, и более 40 разработанных экскурсионных маршрутов. Среднестатистическое количество туристов составляет около 140 тыс. человек в год.

В Тольятти реализуется множество имиджевых проектов в сфере культуры. Они направлены на повышение роли города, как в масштабе Самарской области, так и страны в целом, через реализацию потенциала одаренных людей, жителей города [14, 15]. Проводятся различные конкурсы проектов, по результатам которых лучшие из них финансируются из Общественного Фонда Тольятти.

В 2004 году в городе проводился семинар «Тольятти: от города индустриального к городу творческому», организованный Советом Европы при участии Мэрии г. Тольятти, Института культурной политики (г. Москва), «Центра развития творческих индустрий» (г. Санкт-Петербург). Семинар был посвящен вопросам поддержки культурного разнообразия и развития культурного капитала в г. о. Тольятти [16].

В Тольятти создаются все условия для развития креативной (творческой) эко-



номики. В 2005 году при поддержке Общественного Фонда Тольятти, департамента культуры Совета Европы в городе создано агентство «Культурный капитал», которое стало участником ежегодного международного Форума «Культура плюс». Его цели:

- повысить роль предпринимательства в отрасли культура, формирования новых приоритетных направлений развития города;
- сместить акценты в управлении монопрофильным городом от стратегии развития и поддержки крупного промышленного бизнеса к стратегии развития и поддержки малого и среднего творческого бизнеса;
- развить сектор творческих индустрий;
- модернизировать учреждения культуры, как необходимой экономической составляющей культурной жизни и экономики г. о. Тольятти.

Стоит отметить, что культура современного Тольятти выстроена так, что она стала открытой для представителей других регионов. В городе накоплен большой опыт проведения культурных, спортивных и деловых мероприятий всероссийского и международного масштабов, есть необходимые для этого ресурсы, подготовлена инфраструктура транспорта, связи, размещения и обслуживания. Новые деловые центры, железнодорожные пути, воздушное сообщение, новый мост через реку Волгу в удобном для города месте, а, возможно, и новый аэропорт только увеличат преимущества Тольятти как культурно привлекательного города и будут способствовать повышению его конкурентоспособности.

Однако необходимо уделять все большее внимание формированию бренда города, поскольку он дает комплексное представление об уникальности любого города, его и направленности в будущее, а также целостности истории и современности.

Культура города должна активно участвовать в процессах его перехода к креативному городу. Однако существуют факторы, которые затрудняют участие традиционных учреждений культуры в формировании креативного города. К ним относятся:

- отсутствие мотивов для государственных учреждений культуры в осуществлении предпринимательской деятельности;
- недостаток кадров, работающих в государственных учреждениях культуры, готовых к внедрению культурных инноваций;
- направленность управленческой деятельности на решение текущих, а не инновационных задач;
- установка на сохранение традиционных учреждений культуры и культурного наследия.

В то же время можно выделить также и факторы, способствующие участию традиционных учреждений культуры в формировании креативности:

- насущная потребность во внедрении инноваций (маркетинговых, организационных, информационных и т. д.);
- наличие огромного творческого потенциала у подавляющего большинства учреждений традиционной культуры;
- высокий интеллектуальный уровень работников учреждений традиционной культуры;
- большая потребность жителей и гостей города в инновационных формах продвижения культурного наследия.

Надо отметить, что отрасли традиционной культуры и творческих индустрий могут взаимодействовать по следующим направлениям:

- бенчмаркинг (обмен опытом) в рамках отечественных и международных конференций и семинаров, а также программ повышения квалификации;



- создание совместных культурных проектов;
- проведение совместных акций продвижения культурных организаций и мероприятий в рамках крупных международных событий;
- совместное участие в разработке и реализации крупных городских культурных программ;
- организация гастролей творческих коллективов, а также отечественных и зарубежных исполнителей;
- создание общих туристических маршрутов и других продуктов;
- организация совместных презентаций артефактов культурного наследия, выставок и биенале;
- участие в совместной телевизионной, издательской и кинематографической деятельности с использованием различных видов культурного наследия города.

Город Тольятти еще недавно воспринимался как автомобильная столица Российской Федерации. Однако в последнее время он постепенно становится творческим и интеллектуальным центром. В нем отрабатываются на практике новые социальные технологии – технологии проведения мероприятий федерального значения и развития гражданского общества. Кроме того, в городе достаточно активно развиваются творческие индустрии, которые являются катализатором инноваций.

В целях повышения конкурентоспособности г. о. Тольятти необходимо более активно развивать культуру, для чего необходимо активизировать работу Мэрии г. Тольятти по следующим направлениям:

- развитие базы данных о местных культурных ресурсах;
- создание карты культурного ландшафта города;
- создание творческих сетей и творческих кластеров;
- лоббирование интересов местных производителей культурной продукции;
- обучение культурных работников и предпринимателей;
- продвижение творческой продукции и услуг на российский и европейский рынки;
- организация маркетинговых ярмарок;
- привлечение внешних экспертов для консультаций.

В целях повышения конкурентоспособности г. о. Тольятти в ближайшей и среднесрочной перспективе важно правильно определить новые приоритетные направления развития культуры. На наш взгляд, такими направлениями могут быть:

- реконструирование его внутренних и внешних образов с целью формирования бренда города и привлечения инвестиций на его территорию;
- поиск новых экономических ниш;
- регенерация городской среды;
- активное развитие творческих индустрий;
- стимулирование культурной жизни малых сообществ;
- установление активных связей города в сфере культуры с другими городами Российской Федерации и других стран.

Проведенный анализ показал, что культурное программирование в г. о. Тольятти вышло за рамки традиционной сферы. В настоящее время культура оказывает ощутимое воздействие на экономику города, причем как прямое, так и косвенное, а также влияет на его конкурентоспособность на всех уровнях. И сегодня идет процесс ее становления как важной градообразующей отрасли города.





## Ссылки на источники

1. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. – 421 с.
2. Зеленцова Е. Креативные индустрии. Зарубежный опыт прикладных исследований. – URL: <http://www.mista.in.ua/ua/actual/1>.
3. UK Creative Industries Taskforce, Creative Industries Mapping Document. – 1998, November.
4. Шептухина Л. И. Культура как инновационный инструмент развития экономики города // Проблемы развития предприятий: теория и практика: материалы 10-ой междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 80-летию Самар. гос. экон. ун-та. 24–25 ноября 2011 г. Ч. 1. – Самара: изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2011. – С. 242–249.
5. Шептухина Л. И., Носкова Н. Е. Роль культуры в повышении конкурентоспособности Тольятти // Государственное управление и менеджмент организаций в информационной экономике: сб. научных статей по материалам междунар. науч.-практ. интернет-конф. – Екатеринбург: изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008. – С. 52–56.
6. Шептухина Л. И., Егоров Д. Ю. Факторы, определяющие конкурентоспособность города // Региональное развитие в России: перспективы, конкурентоспособность, политика: Материалы международного научного форума. Ч. 1. – Самара: Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2005. – С. 152–157.
7. Гнедовский М. В. Творческие индустрии: политический вызов для России // Отечественные записки. – 2005. – № 4. – С. 45–52.
8. Шептухина Л. И. Творческие индустрии как сектор новой экономики города // Мир современной науки. – 2012. – № 4 (13). – С. 76–83.
9. Зеленцова Е. Указ. соч.
10. Шептухина Л. И. Роль творческих индустрий в развитии инновационной экономики города // Развитие региональных социально-экономических систем: сб. науч. трудов. – Самара: изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2009. – С. 144–155.
11. Шептухина Л. И., Фадеева Е. И. Развитие креативных отраслей индустрии в моногороде // Кузнецк–Сталинск–Новокузнецк: проблемы города в переходный период: сб. науч. тр. II Всерос. науч.-практ. конф. Новокузнецк. 3–4 декабря 2010 г. – Новокузнецк: НФИ ГОУ ВПО «КемГУ», 2010. – С. 107–114.
12. Шептухин А. Н., Шептухина Л. И. Формирование имиджа и бренда города Тольятти // Проблемы развития предприятий: теория и практика: материалы 10-ой междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 80-летию Самар. гос. экон. ун-та. 24–25 ноября 2011 г. Ч. 2. – Самара: изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2011. – С. 341–348.
13. Шептухина Л. И. Стратегия формирования позитивного имиджа и бренда моногорода // Научные исследования Самарского государственного экономического университета: сб. науч. тр.: В 2-х ч. Ч. 1. – Самара: изд-во Самар. гос. экон. ун-та. 2011. – С. 48–55.
14. Шептухина Л. И., Королева Е. Н., Шептухин А. Н. Эффективные методы управления развитием городов. – СПб.: Инфо-да, 2005. – 176 с.
15. Шептухина Л. И., Королева Е. Н. Разработка стратегического плана развития города. – СПб.: Инфо-да, 2004. – 112 с.
16. Королева Е. Н., Шептухина Л. И., Шептухин А. Н. Современные стратегии развития городов. – СПб.: Инфо-да, 2007. – 227 с.

## Sheptukhin Anatoly,

Candidate of Economic Sciences, associate professor at the chair of the commerce and service Samara State University of Economics, Samara

[lishept@yandex.ru](mailto:lishept@yandex.ru)

## Culture of the monoprofile city: from the residual principle to creative economy

**Abstract.** Article is devoted to topical issues of cultural development in the urban district of Tolyatti – the largest monoprofile city of Russia. The role of traditional culture in modern conditions is shown, factors which complicate participation of traditional cultural institutions in formation of the creative city are considered. The new priority directions of cultural development on a way to the creative city are created.

**Keywords:** city, culture, post-industrial economy, creative industries, creative economy.

## Рекомендовано к публикации:

Горевым П. М., кандидатом педагогических наук, главным редактором журнала «Концепт»

ISSN 2304-120X



0 7



9 772304 112013 5