

Копецкая С. А.

**РЕГИОНАЛИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ КАК ОДИН ИЗ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ
КУЛЬТУРНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ТЕРРИТОРИЙ**

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/3/30.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 3 (22). С. 80-88. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

- Как взаимосвязаны выручка и эластичность спроса? Какую ценовую политику следует обдумать при неэластичном и при эластичном спросе на товар?
- Известны ли менеджеру характеристики кривой спроса на товар, выпускаемый его фирмой? Какими способами их можно установить?
- Какое значение для фирмы имеет перекрестная эластичность спроса на ее товар и товары фирм-конкурентов? Влияет ли на ситуацию наличие или отсутствие близких аналогов?

РЕГИОНАЛИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ КАК ОДИН ИЗ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ КУЛЬТУРНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ТЕРРИТОРИЙ

Копачкая С. А.

Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов

В современном обществе культура выступает составной частью, инструментом экономического развития. Уже в 1982 году ЮНЕСКО, дав определение понятию «культура», наметило ту новую роль, которую сфере культуры предстоит играть в современном мире: «ансамбль характерных черт, материальных и духовных, логических и чувственных, которые характеризуют общество или социальную группу. В широком смысле, понятие культуры объединяет в себе искусство и литературу, различные стили жизни, основные права человека, систему ценностей, традиций и верования» [Moulinier 2002: 22].

Сегодня вопрос о региональной культурной политике требует комплексной, концептуальной проработки. В России в последние годы коммерциализация сферы культуры, передача части культурных объектов в региональное и муниципальное подчинение, на фоне снижения уровня жизни части населения страны и существенной дифференциации доходов, вызвали серьёзные проблемы в культурной сфере регионов. Актуальность рассматриваемых вопросов обусловлена также отсутствием в России эффективного взаимодействия в вопросе выработки культурной политики между федеральными, региональными и муниципальными органами власти и объектами сферы культуры.

Одним из главных направлений государственной политики России, вступающей в мировое сообщество как открытое, социальное и демократическое государство, является обеспечение равенства возможностей доступа потребителей к ценностям культуры и культурной деятельности. Важность для России данного направления культурной политики подтверждается тем, что в структуре потребительских расходов домашних хозяйств увеличивается доля расходов на приобретение услуг учреждений культуры (Таб. 1) [Российский статистический ежегодник... 2007: 213].

Таблица 1.

Структура потребительских расходов домашних хозяйств, %

	Годы									
	1980	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Расходы на оплату услуг учреждений культуры	1,0	0,9	0,2	0,4	1,0	1,1	1,4	1,7	2,1	2,1

Сегодня вопрос о культурной политике для России приобретает особую актуальность, поэтому становятся необходимыми поиск и выработка различных моделей региональной культурной политики, маркетинговых инструментов развития территорий, моделей управления учреждениями культуры в условиях регионализации культурной политики. Уже стало очевидным, что культура и культурное наследие могут рассматриваться и как продукт, и как ресурс, которые, играя роль рычага экономического развития, формируют конкурентные преимущества территории. Выбор культуры как одного из средств экономического развития объясняется следующими причинами [Lieux de la culture / culture des lieux... 2003: 10].

1. Инвестиции в культуру возможно осуществлять на всех уровнях: местном, национальном и международном.
2. Культура требует расширения интеллектуальных знаний, которые позволяют осуществлять инвестиции в другие сферы деятельности.
3. Динамический аспект культуры связан с взаимодействиями различных субъектов в определённый момент времени.

Мы полагаем, что к данному ряду причин также необходимо добавить следующие позиции:

4. Культура может выступать своеобразным инструментом для активизации различных видов деятельности как в самой сфере культуры, так и в других областях.
5. Культурная деятельность позволяет сделать население активным участником процессов культурного развития.

С этой точки зрения культура, отвечая на запросы различных социальных групп, носит не пассивный, а активный, динамический характер. Поэтому при разработке региональной культурной политики необходимо учитывать, что природа культурных благ отличается от обычных товаров и услуг. В культурной политике нашей страны до сих пор сохраняется тенденция, когда на первый план выходят материальные компоненты культурного наследия, что исключает из управленческого процесса целый ряд социально-значимых культурных явлений. Однако необходимо помнить, что, говоря об успешности тех или иных направлений культурной политики, следует, прежде всего, иметь в виду социальный эффект, которого позволяют получить те или иные культурные мероприятия. Кроме того, в настоящее время финансирование культурной деятельности часто осуществляется именно с позиции социально значимых результатов.

Современная культурная политика опирается на три составляющие [Warnier 2003: 61].

1. Культура является отраслью экономики. Культура в широком смысле (образование, коммуникации и т.д.) не только создаёт рабочие места, но и является важным фактором экономического развития. Культурное наследие, включающее в себя музеи, памятники, исторические места, пейзажи и т.д., является, значимым как с позиции идентичности, так и с точки зрения туристического ресурса. Современная экономическая политика не может существовать без культурной составляющей.

2. Сфера культуры, индустрия культуры не отделима от средств массовой информации. Именно они позволяют государству и негосударственным структурам в той или иной степени влиять на культурные коммуникации и информацию. Благодаря средствам массовой коммуникации возможно продвижение идей, выбор идеологии, политическое лоббирование, распространение информации. Глобализация средств массовой информации и рынков оказывает значительное влияние на культурную политику государств, регионов, территориальных сообществ.

3. Сохранение и передача культурных традиций опирается на культурное наследие прошлого. Нации и народности должны поддерживать, сохранять и обновлять своё культурное наследие с тем, чтобы сохранить свою идентичность. Передача культурных традиций тесно связано с образованием.

Культурная политика разрабатывается на разных уровнях: на уровне административно-территориальных образований, регионов, государств и международных организаций. Говоря о регионализации культурной политики необходимо сначала определить, что включает в себя данное понятие. В литературе нет чётко закреплённого определения данного явления. Мы считаем, что регионализация культурной политики – это стратегия управления культурной политикой и всей социально-культурной сферой, связанная с процессом усиления региональной составляющей в развитии экономики и направленная на взаимоувязывание целей и ресурсов федерального значения с региональными целями социально-культурного развития. Таким образом, мы полагаем, что регионализация культурной политики представляет собой своеобразную методику управления, базирующуюся, с одной стороны, на комплексном использовании культурного потенциала территории для более эффективного управления региональным развитием, а с другой стороны, заключающуюся в выстраивании взаимоотношений между федеральными и региональными уровнями управления, учреждениями культуры и населением для обеспечения взаимосвязи культурного и экономического развития региона.

Мы полагаем, можно выделить следующие характерные черты современной региональной культурной политики России.

1. В рамках региональной политики понятие «развитие культуры» принимает более широкую интерпретацию. Развитие в культурно-политическом смысле больше не выражается только количественным увеличением учреждений культуры. Основное внимание направлено на соединение культурных, социальных, экономических, исторических факторов с целью развития территорий.

Сфера услуг в нашей стране, в том числе культурных услуг, начала достаточно динамично развиваться в последнее десятилетие XX века. Это связано, с одной стороны, с общемировой тенденцией серверизации современной мировой экономики. С другой стороны, Россия стремится занять свою позицию среди стран с развитой рыночной экономикой. Различные статистические показатели и научные исследования свидетельствуют о том, что роль сферы услуг в социально-экономическом развитии страны становится всё более важной. В 2004 году в России доля занятых в сфере услуг составляла 54,6% от общей численности занятых в экономике (для сравнения, во Франции этот показатель составлял 72,6%, в США – 78,4 %, в Японии – 67,1%); доля занятых в отраслях культуры и искусства в 2002 году составляла 1,8%, по отношению к 1998 году количество занятых в данной сфере возросло на 7,5% [Хорева 2006: 32, 45]. В свою очередь, это требует институциональных и административных реформ. Возникает новая цель - усиление местной идентичности и локального участия в культурной жизни при одновременном развитии глобализационных тенденций, а также социально-экономическое развитие регионов, основанное, в частности, на культурной составляющей.

2. В понятие региональной культурной политики включаются новые инициативы и услуги, развивается широкий спектр партнёрских отношений, в которых участвуют предприятия и учреждения различных секторов экономики и население, выдвигаются новые принципы работы, программы деятельности становятся в большей степени специализированными и направленными на развитие территорий.

3. Жесткому и управляемому центру планированию культурной политики противопоставляется самостоятельность регионов. Для целенаправленного и эффективного распределения ресурсов регионов при реализации региональной культурной политики создаются системы сотрудничества на региональном и местном уровнях. Региональные и локальные системы играют в этой новой культурной политике важную роль. В итоге создаётся система нового децентрализованного администрирования культуры и экономики. Поэтому

при проведении региональной культурной политики необходимо:

- разрабатывать нормативы обеспеченности культурными благами населения;
- укреплять и сохранять материальное и нематериальное культурное наследие;
- развивать систему взаимосвязи сферы культуры с другими отраслями социальной сферы и экономики;
- вовлекать различные возрастные и социальные группы населения для участия в культурной политике.

В экономике начала XXI века продолжают развиваться общемировые рынки товаров и услуг, единое европейское пространство расширяет свои границы, и вместе с этим усиливается значение регионального уровня управления. В связи с этим программы, разрабатываемые на разных уровнях управления, должны отвечать на вопросы как, с кем и с помощью каких ресурсов культурная политика может быть реализована. Чёткие ответы на данные вопросы создают одновременно стратегический и тактический потенциал для развития современной региональной культурной политики России.

Поскольку культура развивается сегодня в рыночных условиях, то сфера культуры в современной экономике рассматривается как некий рынок услуг. «Современную стадию развития экономики часто определяют как «экономику услуг»: услуги становятся важным результатом труда большого и всё возрастающего числа работников, а потребление услуг – преобладающим способом удовлетворения потребностей человека» [Гордин 2007: 7]. В настоящее время можно говорить о том, что сформировалась рыночная среда, которая характеризуется как рыночными, так и квазирыночными отношениями. Культурные услуги могут быть платными, бесплатными, льготными, дотационными и т.д. Таким образом, мы полагаем, можно говорить о том, что культурные услуги следует рассматривать с нескольких позиций:

- услуги, выведенные в чисто рыночные отношения;
- услуги, выведенные в квазирыночные отношения;
- услуги, условно выведенные из рыночных отношений и находящиеся в социальном контексте.

Культурные услуги, предоставляемые тем или иным группам населения, могут рассматриваться как некий потенциал территории, который потом будет использоваться для формирования регионального рынка услуг.

Особенности регионального развития сферы культурных услуг связаны с тем, что они менее подвижны и в большей степени аутентичны, привязаны к территории. Культура является ресурсом развития территории и одновременно служит средством, способным мобилизовать другие ресурсы, поэтому культурное развитие способствует также мобилизации факторов развития окружающей среды и социальной сферы. Вклад культуры в развитие туризма, транспорта, страхования, гостиничного и ресторанного дела, производства сувениров и т.д. является очевидным. В результате, в современном обществе культура выступает как продукт и как ресурс, характеризующий специфику и формирующий имидж территории.

Исходя из культурного потенциала региона, его исторических, национальных, конфессиональных, культурных особенностей, определяются приоритетные направления развития его сферы культурных услуг. Культурная среда, которая выделяет территорию, создаётся на основе использования местного культурного потенциала одновременно с привлечением на национальном уровне инвестиций, туристов, кадров из других регионов. Формирование региональной сферы культурных услуг, представляющей собой совокупность отраслей региона, производящих культурные услуги, является неотъемлемой частью процесса разработки стратегии регионального развития.

С развитием общемировых рынков и расширением общеевропейского пространства усиливаются процессы интернационализации, глобализации и одновременно регионализации, являющиеся следствием современного развития экономики. В настоящее время национальная экономика во многом может успешно функционировать при условии, что её рынки открыты, а центр и территории одинаково активно участвуют в глобализационных процессах. Глобализационные процессы затрагивают весь комплекс экономических связей, «создается мировой аналог структуры национальной экономики» [Евстигнеев, Евстигнеева 2004: 115].

«Глобализация культуры» означает движение культурных продуктов в мировом масштабе. Культурные продукты - это продукты сферы культуры, создаваемые и реализуемые по всему земному шару и ежедневно потребляемые самыми разнообразными способами шестью миллиардами человек» [Warnier 2003: 3]. С одной стороны, это свидетельствует об интенсивных изменениях в сфере культуры, которые происходят на всей планете: прежде всего, культура становится более открытой, увеличивается доступность культурных продуктов, культурные явления носят в значительной степени универсальный характер. С другой стороны, деятельность местных сообществ показывает, что эти изменения затрагивают не всю сферу культуры и сдерживаются сильными культурными традициями, и что в мире существуют некие постоянные культурные составляющие, которые не может изменить деятельность промышленно развитых стран. В результате проблемы глобализации рынков культуры связаны одновременно как с прошлыми экономическими аспектами, так и с современными промышленными инновациями. В общем виде, глобализация культуры изолирует культурные продукты от их традиционного окружения, объединяет их в различные категории и распространяет их по всему миру. Влияние совершенно различных культур, которые переплетаются, чрезвычайно многосторонне, постоянное использование материальных и духовных благ различных культур усиливает взаимовлияние этих культур. Глобализация культуры на современном этапе предполагает наличие разнообразных каналов распределения культурных благ на рынке. В настоящее время чрезвычайно разнообразие культур, привязанных к конкретной территории и местной истории, контрастирует с распространением в мировом масштабе унифицированных культурных благ, не привязанных к конкретному источнику.

Кроме того, мы считаем, что важной составляющей экономической политики является то, что культура, с одной стороны, характеризуется общемировыми явлениями, которые с развитием глобальных процессов в экономике усиливают свои позиции, например, американская киноиндустрия, международные музыкальные фестивали, а, с другой стороны, многие культурные явления характеризуются своей локальностью, что в условиях глобализации и регионализации позволяет развивать территории, основываясь на культурной самобытности мест. Итак, глобализация культуры характеризуется появлением двух типов культур: культуры, имеющей привязку к конкретной территории, и культуры, предоставляющей блага и услуги на мировые рынки и активно использующей различные каналы обмена и коммуникации. В этой ситуации, с одной стороны, возникает своего рода конфронтация культурных отношений, но одновременно, с другой стороны, появляются такие понятия как международный культурный обмен и мировая экономика культуры.

Культура в современном обществе начинает активно использоваться для нахождения специфичности территории и осуществления интеграции в европейское пространство. Культурное разнообразие, экстраординарность уходят корнями в территорию и местную историю, они контрастируют с мировым распространением культурных благ и культурной индустрией, которая не привязана к конкретной территории. Они нуждаются в привязке к территории, без которой не могут существовать. Самобытность индивидов и их территориальная специфика могут помочь в культурном обогащении сообществ всего мира. В некоторых странах Европейского союза существуют стратегии культурной исключительности. Принимая во внимание роль, которую произведения искусства или культурные продукты играют в формировании идентичности страны, в образовании её граждан, эти страны защищают своё культурное достояние от законов рынка, в условиях которых оригинальная культурная продукция может исчезнуть, а её место могут занять импортные товары [Greffé 2002: 241,242].

Чтобы понять меняющиеся в региональной политике глобализационные процессы необходимо учитывать связь системных преобразований в мировой экономике с системными изменениями внутри отдельных стран и регионов. Снижение барьеров, препятствующих свободному движению товаров, услуг, инвестиций, информации, а также свободному перемещению граждан как внутри страны, так и из страны в страну, привело к созданию новых отношений в региональной культурной политике. Расширение пространства влияния культуры, значительное увеличение участников культурной политики стало играть позитивную роль как для развития самой культуры, так и для развития экономики и общества в целом. Так президент международного совета музеев Жак Перо, выступая на международной музейной конференции, подчеркнул, что сегодня, несмотря на новую тенденцию к единым образцам, к проблеме одинакового мышления, которая существует в мире, «нужно признать, что развитие глобализации предполагает огромные возможности для распространения культуры, взаимного понимания и солидарности, благодаря не сравнимым ни с чем способам коммуникации. Нужно использовать положительные стороны глобализации для служения культурному развитию» [Перо 2002: 39].

В настоящее время Россия постепенно переходит от единой федеральной модели культурной политики к региональной. В условиях современного бюджетного процесса центр тяжести всё в большей степени переносится на региональный и отчасти на муниципальный уровни. Так, например, по данным статистики расходы консолидированных бюджетов субъектов РФ на социально-культурные мероприятия с 2004 по 2006 годы возросли более чем на 70 % (Таб. 2) [Российский статистический ежегодник...2007: 638].

Таблица 2.

Распределение доходов и расходов консолидированного бюджета Российской Федерации по уровням бюджетной системы в 2004-2006 гг., млрд. руб.

Расходы на социально-культурные мероприятия	2004 г.		2005 г.		2006 г.	
	Федеральный бюджет	Консолидированные бюджеты субъектов РФ	Федеральный бюджет	Консолидированные бюджеты субъектов РФ	Федеральный бюджет	Консолидированные бюджеты субъектов РФ
	352,6	1112,9	476,2	1534,6	616,4	1974,5

В современной ситуации очевидна необходимость обновления государственной культурной политики на основе развития территорий. Регионы, имея общегосударственные направления развития культуры, регламентируемые нормативно-законодательными документами, должны самостоятельно определять пути своего экономического и культурного развития. При проведении региональной культурной политики можно выделить:

- регионы, имеющие сильную ярко выраженную культурную специфику;
- территории, которые с помощью культурных мероприятий развивают на своей территории качественные культурные услуги;
- структурированные территории, специализация которых имеет отношение непосредственно к данной территории, (например, природные парки) [Landel, Pecqueur 2006: 4].

Культурное наследие представляет собой экономический ресурс, который позволяет оценить территорию и выгодно использовать её. В данном случае нужно различать культуру, рассматриваемую как продукт,

и культуру, которая определяется как ресурс. Первый подход рассматривает культуру как главный элемент процесса инноваций и создания территории. Второй подход представляет культуру как исходную составляющую специфики, качества территории. Таким образом, территориальные ресурсы можно рассматривать с двух точек зрения. С одной - происходит прямая мобилизация культуры через трансформацию активных ресурсов. На этом уровне культурное наследие играет определяющую роль как выражение культурного территориального ресурса. С другой - культура утверждается как инструмент, мобилизующий другие ресурсы. Концепция использования культурного наследия направлена в перспективе на усиление территорий; для этого необходимо проанализировать природу сохраняемого наследия, разнообразие интересов населения, разнообразие восприятия культурных благ, разнообразие способов использования культурного наследия.

В современной ситуации, когда повсеместно наблюдаются активное продвижение культурных продуктов на мировые рынки, нужно отметить, что в России на различных территориях сохраняется сильная культурная специализация. Таким образом, можно говорить о культурной идентификации мест, когда их выделяют конкретные сферы деятельности или специфические культурные блага [Lieux de la culture/culture des lieux...2006: 9]. Эта идентификация является результатом предыдущей культурной деятельности (местные традиции, исторические памятники) или результатом культурных благ, активно создаваемых в результате энергичной культурной политики (фестивали, события, возрождённые традиции). Существуют разнообразные средства для создания культурной спецификации. Очень часто то или иное культурное мероприятие находит свои истоки в местных культурных традициях (например, карнавал в Ницце; сезон работы фонтанов в Петергофе). Или напротив, культурное событие, создаётся специально, служит элементом, характеризующим возникновение активной культурной и экономической деятельности на территории. Из зарубежной практики можно привести в качестве примера всемирно известный музейно-культурный центр Бильбао в Испании. Из российской – музей природы и охраны среды в Нижнем Тагиле, деятельность которого позволила создать совсем иной социально культурный ландшафт: центр старого Тагила из административно-управленческого и производственно-хозяйственного стал музейным культурно-познавательным и развлекательным центром [Семёнов 2006: 34]. Различные виды культурной деятельности могут представлять интерес именно в силу своей специфики. На основе культурной составляющей возможно возродить регионы, разместить новые виды культурной деятельности, которые станут значительным преимуществом для развития территории. Например, создание музея Гугенхайма в Бильбао позволило говорить об эффекте Гугенхайма [Grefe 2002: 29].

Мы полагаем, что в общем виде управленческий процесс формирования брэнда территории можно представить следующей схемой (Рис. 1).

Современная концепция развития территорий основывается на том, что при управлении территорией можно использовать инструменты и методы территориального маркетинга и стратегического планирования, которые применяются в бизнесе. В России практика стратегического маркетингового развития территории начала применяться на основе зарубежного опыта с конца 1990 годов. Отличительной особенностью маркетинга территорий является то, что в большинстве случаев маркетолог предлагает свой товар как инструмент получения прибыли в производственных и социальных отраслях, которые могут быть развиты на данных территориях, и одновременно как средство комплексного развития территории, повышения её привлекательности с целью повышения её конкурентоспособности [Гордин 1993: 113]. Использование маркетинговых инструментов при проведении культурной политики помогает регионам: лучше определить цели и приоритеты своей экономической и социальной политики; быстрее реагировать на изменения в рыночной среде; успешнее прогнозировать будущее экономическое и культурное развитие территории; усиливать собственные конкурентные позиции. В маркетинге территорий соединяются прибыльный и социальный маркетинг. Территориальный маркетинг носит многоцелевой характер и эффект маркетинговых мероприятий не всегда может быть оценён в денежном выражении. Важной чертой маркетинга территорий является то, что в отличие от классического маркетинга, маркетинг территорий должен исходить из интересов населения данной территории.

В культурной политике при планировании маркетинговой стратегии развития территории на базе использования культурного потенциала необходимо, чтобы было разработано несколько сценариев развития региона, составлен план первоочередных мероприятий, осуществлялся контроль достижения поставленных целей, вносились необходимые корректировки в ходе реализации программы. При этом чрезвычайно важно правильно оценить состояние территории и выделить верные приоритеты культурного развития с учётом глобализационных процессов.

За рубежом при разработке маркетинга территории активно применяются методики PEST-анализа (политика, экономика, социальная сфера, технологии) и SWOT-анализа (сильные, слабые стороны, возможности и угрозы). Использование в стратегическом планировании территории подобных методик позволяет регионам удачно позиционировать собственные конкурентные преимущества. Эти же методики пытаются применить и в России при планировании цикла экономического развития региона [Региональная экономика... 2006: 16]. Мы считаем, что при разработке региональной культурной политики в России также возможно применять данный подход с обязательным учётом особенностей каждого региона.

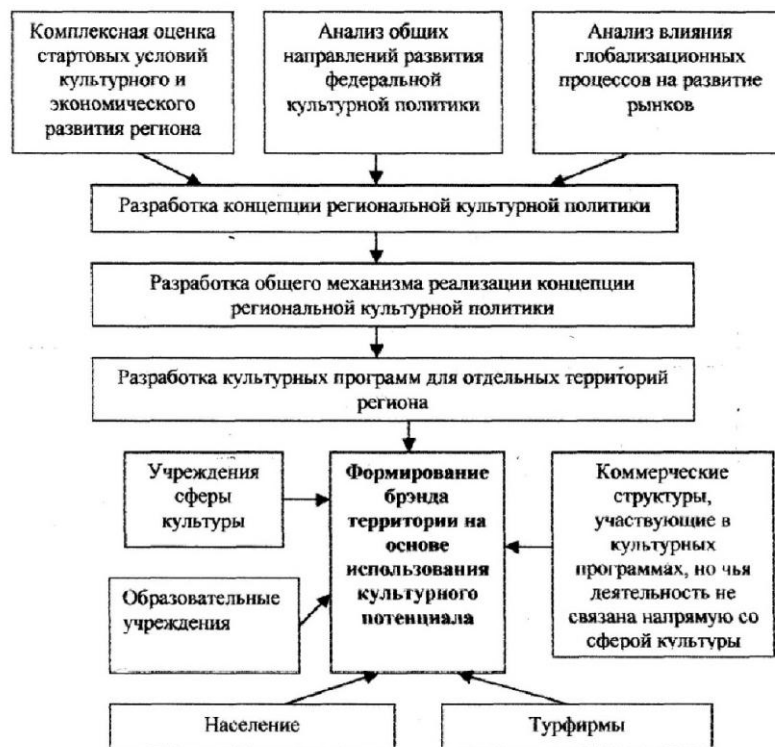


Рис. 1 Схема формирования бренда территории на основе имеющегося культурного потенциала

К настоящему времени не принято документов, которые регламентировали бы конкретные правила разработки маркетинговой концепции развития территории, или концепции территориального развития, в основу которой была бы положена культурная составляющая. Однако у многих административно-территориальных образований существует опыт разработки концепций культурной политики. Взяв за основу методику PEST и SWOT-анализов, а также типовую региональную концепцию стратегического комплексного социально-экономического развития региона, предложенную Коломийченко О. В. и Рохчиным В. Е. [Коломийченко, Рохчин 2003: 72-84], мы разработали следующую модель маркетинговой концепции развития территории, базирующуюся на культурной составляющей.

Раздел 1. Стартовые условия и оценка исходной экономико-культурной ситуации

- Определение сильных и слабых сторон региона при разработке и проведении культурной политики:
 - анализ уровня и закономерностей внутреннего экономического и культурного развития региона;
 - анализ внешних факторов, определяющих перспективное развитие культурной политики региона.
- Исследование состояния культурного потенциала территории.
- Исследование культурных преимуществ региона при определении его культурной специализации.
- Анализ уровня информатизации и интернетизации услуг культурных учреждений региона.
- Анализ экологической обстановки.
- Комплексная оценка экономико-культурной ситуации и предпосылок развития.

Раздел 2. Стратегические цели культурного развития региона

- Формирование привлекательного для туристов, инвесторов и местного населения имиджа территории, базирующегося на использовании культурного потенциала.

- Разработка привлекательных инвестиционных культурных проектов.
- Создание инвестиционной привлекательности территории.

Раздел 3. Стратегический выбор региона

- Территория региона как составляющая культурного потенциала страны, федерального округа.

- Общие и частные направления развития культурной политики региона в рамках единой культурной политики страны.

- Разработка вариантов реализации стратегии развития региона на основе культурной составляющей.
- Формирование механизма реализации целей стратегического культурного развития региона.
- Анализ трудностей, которые могут возникнуть при реализации данной стратегии.

Раздел 4. Основные направления региональной культурной политики

- Политика в сфере развития учреждений культуры.
- Политика в сфере туризма.
- Информационная политика.
- Политика транспортного обеспечения доступности культурных объектов.

- Политика занятости в сфере культуры, в том числе занятость молодёжи и пенсионеров, работа с волонтерами.

- Политика в сфере общественного порядка при проведении массовых культурных мероприятий.
- Политика в области инфраструктуры (гостиницы, парковки, рестораны, кафе и т.д.).
- Инвестиционная политика в сфере культуры.
- Образовательная политика.
- Политика инновационных технологий.
- Политика межрегионального и международного сотрудничества.

Раздел 5. Система взаимоотношений между федеральными, региональными, муниципальными и местными органами управления при реализации концепции развития культурной политики региона.

Раздел 6. Ресурсы для реализации выбранной стратегии концепции развития культурной политики региона и механизм их использования.

Раздел 7. Осуществление мониторинга реализации выбранной стратегии.

В настоящее время многие регионы и города России разрабатывают собственные планы стратегического развития. Часто эти программы несколько противоречивы или не носят комплексный характер. Поэтому нам представляется необходимым создание в каждом регионе специальных структур, которые занимались бы развитием территорий на основе культурного потенциала.

Мы полагаем, можно с достаточной степенью уверенности утверждать, что о современной региональной культурной политике нельзя писать, не принимая во внимание современные информационные технологии. Процессы интеграции стран в мировое экономическое и культурное сообщество, процессы глобализации и регионализации поставили перед обществом ряд проблем, наиболее актуальными из которых являются вопрос доступности мирового культурного наследия для самых широких слоев населения и роль информационных технологий в решении этой проблемы. Не случайно в разработанной ЮНЕСКО «Декларации шедевров устного и неосязаемого наследия человечества» возникает определение нематериального или неосязаемого наследия. Согласно этому определению нематериальным является «совокупность основанных на традиции творений культурного сообщества, признанных оправдывающими ожидания сообщества настолько, насколько они отражают его культурную и социальную тождественность» [Ballé, Poulot 2004: 27].

Современное общество развивается в условиях использования информационных и мультимедийных технологий. Интернет обладает практически неограниченными возможностями распространения информации, доступа к накопленным информационным ресурсам и общения между пользователями компьютерных сетей в различных странах мира. Пространство Интернета в данном процессе является мощным фактором деконцентрации и делокализации, но отнюдь не исключает роль региональных центров. В результате применения современных виртуальных Интернет-технологий, с одной стороны, усилится роль центров, поскольку именно в них сосредоточены группы разработчиков информационных технологий, но с другой стороны, сети интерактивной коммуникации послужат мощным стратегическим фактором развития регионов и территорий. Однако при проведении культурной политики не следует забывать, что мир новых технологий является всего лишь средством, а не целью, средства on-line выступают только как дополнение к традиционным видам культурной деятельности. В связи с этим стоит проблема достижения равновесия между возможностями новой среды и основными задачами культурных учреждений.

В настоящее время в России при проведении региональной культурной политики необходимо также говорить о поддержании накопленного потенциала, о привнесении нового культурного потенциала и выработке культурной политики именно с позиций использования новых информационных технологий. Поэтому встаёт вопрос о необходимости формирования российского культурного многообразия в едином информационном пространстве, что должно стать одной из задач культурной политики нашей страны.

Однако между реальным и виртуальным пространствами существует не только физическое различие, речь идёт и о разном качестве осуществления социальных процессов. Территориальные институты более жёстко организованы иерархически, в то время как в киберпространстве структуры носят менее формализованный характер. Территориальная политика базируется на определённых учреждениях, в то время как киберпространство предоставляет более гибкие возможности для управления. Соединение этих двух пространств не означает ограничение территориальных форм региональной политики или подмены их виртуальными. Соединение двух различных подходов к разработке региональной политики имеет целью сделать систему управления более гибкой, оперативной, обеспечить концентрацию ресурсов, идей и общественных сил на решении поставленных задач. Именно активное применение в российской практике региональной политики такого подхода позволит, на наш взгляд, более эффективно решать культурные, экономические, экологические, образовательные, транспортные проблемы, а также проблемы обмена информацией и услугами.

Анализируя различные формы представления, обобщения и доступа к информации по культурному наследию, мы полагаем целесообразным ввести такое понятие как виртуальный культурный капитал, представляющий собой совокупность различных культурных ресурсов страны, представленных во всемирной сети, которые используются или могут быть использованы в научной, образовательной, творческой и досуговой деятельности, и которые формируют на мировых рынках имидж как отдельной территории, региона, так и страны в целом. В соответствии с предложенным определением национальный виртуальный культурный капитал включает в себя виртуальные культурные капиталы регионов, которые в свою очередь форми-

руются из виртуальных культурных капиталов учреждений культуры (в первую очередь, музеев). Виртуальный культурный капитал может использоваться как отдельным пользователем, так и людьми, объединёнными в рабочие группы по профессиональной деятельности (учреждения культуры, образовательные учреждения, управленческие структуры, туристические компании и т.д.). Виртуальный культурный капитал, представляющий часть национального культурного достояния страны, может, по нашему мнению, выступать стратегическим ресурсом развития территорий, поскольку содействует решению следующих задач:

- формирование культурного имиджа страны, что, в свою очередь, может влиять на её экономическое развитие;
- формирование привлекательного для государственных, коммерческих и некоммерческих структур, местного населения и туристов брэнда территории;
- предоставление различных коммерческих и некоммерческих информационных виртуальных культурных услуг;
- сохранение культурной самоидентификации страны и её регионов и территорий в условиях развития глобализационных процессов;
- возможность более быстрого включения ряда культурных услуг в мировые глобализационные культурные процессы.

Таким образом, виртуальный культурный капитал позволяет рассматривать различные информационные системы по культурному наследию не только на уровне отдельного учреждения культуры или группы учреждений и не только на уровне предоставления отдельных виртуальных услуг, но и в масштабах и с позиций проводимой региональной или национальной культурной политики.

Мы полагаем целесообразным, говоря о культурном развитии, рассмотреть возможность создания в регионах информационно-цифровых культурных центров. Деятельность данных центров позволит разрешить те проблемы, которые не могут быть решены самостоятельно каждым отдельным участником, а требуют объединения совместных усилий и ресурсов, например, представление информации о культурном наследии в открытом информационном пространстве, различные электронные издания, разнообразные обучающие программы, подготовка и переподготовка кадров, экспертиза, консалтинг и т.д. Организовать подобные центры возможно, по нашему мнению, на основе имеющихся у музеев информационных ресурсов (поскольку на сегодняшний день именно музеи являются основными катализаторами информационных ресурсов по культурному наследию). При создании данных центров мы предлагаем сначала выделить основные учреждения культуры, которые будут участвовать в проекте, а затем определить и другие учреждения культуры, которые также будут участвовать в информационном обмене. То есть, строится своего рода иерархическая модель. В результате использования иерархической модели при организации информационно-цифровых культурных центров возможно консолидировать усилия разнообразных музеев и других учреждений культуры с органами власти, различными коммерческими и некоммерческими организациями и населением, что в конечном итоге будет содействовать культурному и экономическому развитию территории. Преимуществом подобных центров является также создание региональной информационно-коммуникационной среды. Создание в регионах информационно-цифровых культурных центров позволит представить не только информацию о всех музеях региона, но и о культурных программах, предлагаемых региональными музеями, независимо от величины и статуса музея.

Функционирование информационно-цифровых культурных центров способно сыграть значительную роль как в развитии самих учреждений культуры, так и в решении задач социально-экономического развития регионов. Мы полагаем, что целесообразно разработать общероссийскую программу по созданию подобных центров в регионах страны. Реализация такой программы была бы тем более интересна и успешна, чем более активное участие в ней принимали региональные учреждения культуры и органы власти регионов. Кроме того, это откроет большие возможности для приобщения к культурному наследию населения не только региональных центров, но и малых населённых пунктов.

Современная политика России позволяет говорить о том, что страна стремится занять достойную позицию среди экономически развитых стран. Культурное богатство России является важным преимуществом в достижении этой цели. Направления современной культурной политики России отражают нынешнюю многоукладность российского сознания, но до сих пор нет официального документа, в котором были бы чётко прописаны приоритеты развития культурной политики страны [Гнедовский: <http://www.cpolicy.ru/analytics/110.html>]. Следует понимать, что невозможно проводить культурную политику, интегрироваться в мировое сообщество, используя только традиционные подходы к управлению культурой, которые не учитывают современных тенденций его развития. Перед Россией стоит задача максимально эффективно использовать имеющийся ресурсный и культурный потенциал при формировании институтов и структур региональной политики с тем, чтобы успешнее вписаться в мировую экономику. Однако подчеркнём, что отечественная региональная культурная политика не должна быть слепком с иностранных моделей, а должна строиться с учётом российских экономических особенностей и культурных традиций.

Список литературы

- Гнедовский М. Б.** Культурная политика - для какой страны? - <http://www.cpolicy.ru/analytics/110.html>
Гордин В. Э. Социальная политика и социальный маркетинг. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1993. – 156 с.

- Гордин В. Э., Сушинская М. Д.** Менеджмент в сфере услуг: Учебник. - СПб.: Изд. Дом «Бизнес-пресса», 2007. – 271 с.
- Евстигнеев Р. Н., Евстигнеева Л. П.** Глобализация и регионализм: уроки для России // *Общественные науки и современность*. - 2004. - № 1. – С. 114-125.
- Коломийченко О. В., Рохчин В. Е.** Стратегическое планирование развития регионов России: методология, организация. – СПб.: Наука, 2003. – 235 с.
- Перо Ж.** Музеи и Глобализация, вызов XXI века: Материалы международной конференции «Музеи и общество». Красноярск, 11-13 сентября 2002 г. - Красноярск: Ситалл, 2002. - С. 39-45.
- Региональная экономика:** Учебник / Под ред. В. И. Видяпина и М. В. Степанова. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 666 с.
- Российский статистический ежегодник. 2007:** Стат. сб. / Росстат. – М., 2007. – 826 с.
- Семёнов И.** Возрождение памятника // *Мир Музея*. – 2006. - № 5. – С. 30-34.
- Хорева Л. В.** Сфера социальных услуг: формирование и направления регулирования. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006. – 200 с.
- Ballé C., Poulot D.** Musées en Europe: Une mutation inachevée. - Paris: La Documentation française, 2004. - 286 p.
- Grefte X.** Arts et artistes au miroir de l'économie. - Paris: UNESCO: *Economica*, 2002. – VIII. - 316 p.
- Landel P.-A., Pecqueur B.** La culture comme ressource territoriale spécifique. - Grenoble: UPMF, 2006. - 16 p.
- Lieux de la culture / culture des lieux. Production(s) culturelle(s) locale(s) et émergence des lieux: dynamiques, acteurs, enjeux / sous la dir. de M. Gravari-Barbas et P. Violier.** - Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2003. - 304 p.
- Moulinier P.** Politique culturelle et décentralisation. - Paris: l'Harmattan, 2002. - 338 p.
- Warnier J.-P.** La mondialisation de la culture. - Paris: La Découverte, 2003. - Repères, 260. - 119 p.

ОСОБЕННОСТИ ЭЛАСТИЧНОСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И МЕХАНИЗМ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Королева И. В.

Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

К концу XX - началу XXI веков в результате реформ в России сложился рынок с серьезнейшими деформациями, утвердилась квазирыночная хозяйственная система. Это проявилось и в деформации отношений собственности, и в ничтожности роли малого и среднего бизнеса, и в недоразвитости таких важнейших элементов как банковская система и фондовый рынок, и в снижении уровня и качества жизни абсолютного большинства населения страны.

Современное экономическое положение России, несмотря на все положительные тенденции последних лет, все еще остается весьма сложным. Так, на сегодняшний день не преодолена тенденция деиндустриализации, разрушающая основные производственные отрасли страны и деформирующая структуру экономики. Одновременно с этим сохраняется сырьевая ориентация экономики, угрожающая превратить нашу страну в топливно-сырьевой придаток более развитых стран. И, наконец, остается очень тревожащей существенная зависимость российской экономики от импорта разного рода товаров, включая продовольственные.

Единство указанных тенденций привело к тому, что сегодня остается реальной угрозой потери экономической независимости страны и утраты ею воспроизводственной самостоятельности. И реальность этой угрозы усиливается под влиянием действия таких негативных для национальной экономики факторов как её чрезмерная открытость, недостаток прямых инвестиций, высокая внешняя задолженность, бегство капитала из страны, низкая конкурентоспособность отечественных товаров и утрата существенной части научного потенциала.

Всё это свидетельствует о незавершённости процесса реформирования российской экономики в соответствие с требованиями рыночной системы хозяйствования. На сегодняшний день это уже не требует особых доказательств и признаётся широким кругом теоретиков и практиков рыночных преобразований в нашей стране. Из этого признания вытекает насущная необходимость принятия комплекса безотлагательных и эффективных мер, направленных на изменение ситуации.

Всю совокупность трансформационных деформаций, которые имели место, можно условно разделить на две группы: стратегические и тактические. Первая группа в качестве своей основы содержит отсутствие разработанной стратегии, четкой программы рыночных преобразований. Вторая группа - тактические деформации российской экономики, то есть те деформации, которые своим источником имеют ошибки тактики проведения экономических реформ.

Реформы, проводимые в нашей стране, не были основаны на научных прогнозных моделях, всесторонне взвешенных и продуманных. В них, например, отсутствовали такие важнейшие структурные элементы как конкретные цели проводимых реформ, имеющие критерии формальной оценки. Механизм реализации этих реформ конструировался на основе абстрактной идеи необходимости перехода к рыночной экономике. При этом такие насущные задачи как сохранение и рост экономического потенциала страны, а также повышение уровня и качества жизни населения, остались вне поля зрения авторов этих программ. При этом выбор средств достижения поставленных целей трудно назвать научным, т.к. производился произвольно, исходя из сиюминутных решений.

Кроме того, сценарий либерально-монетаристской политики, принятый как руководство к действию в нашей стране, не учитывал всей совокупности особенностей последней (экономических, социальных, демо-