
Т. В. БУХОВЕЦ, И. Н. РУСАК

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ВЛИЯНИЯ КУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ НА ЭКОНОМИКУ РЕГИОНА

На примере отдельных районов и городов Германии, Великобритании, Финляндии, США и других стран авторы показали влияние культурных факторов на экономику региона и предложили механизм ее восстановления и укрепления.

Ключевые слова: зарубежный опыт, культурные факторы, экономика региона, культурные и креативные индустрии.

УДК 332.14

В последнее время все больше внимания со стороны органов государственного управления на национальном и региональном уровнях уделяется поиску новых инновационных путей укрепления экономики малых и средних городов, что обусловлено непрекращающимся отставанием в их развитии по сравнению с крупными городами. В эпоху урбанизации городское население является преобладающим как в глобальном масштабе, так и в масштабе отдельно взятой страны: «По прогнозам ООН, к 2050 г. более 85 % населения Земли будет проживать и трудиться в городах» [1]. В Республике Беларусь на начало 2014 г. в 113 городах было сосредоточено 7 274,8 тыс. человек, что составляет 76,8 % населения страны [2, 18]. Однако рост городского населения не всегда означает планомерное стабильное социально-экономическое развитие самих городов с обеспечением высокого уровня и качества жизни в них. В условиях жесткой конкуренции в быстро меняющемся мире малые города с небольшим количеством градообразующих предприятий, зачастую промышленного профиля, не справляясь с экономической ситуацией, оказываются в тяжелом финансовом положении, ввергая, тем самым, в кризисную ситуацию целый город. Подобный сценарий требует переориентации городов на развитие новых креативных индустрий, в основу которых, как показывает опыт развитых стран, часто закладываются не производственные, а культурные факторы. Определение и активное использование культурных факторов, способствующих развитию новых инновационных видов деятельности в городе, позволяют городу найти свою нишу, идентифицировать себя, сформировать собственный имидж, привлекательный для отечественных и иностранных туристов и инвестиций, что, в свою очередь, позволяет диверсифицировать ответственность за экономическое и финансовое состояние города, снизив нагрузку на градообразующие предприятия.

По мнению ряда экспертов, культурные ресурсы сегодня могут выступать в качестве важного материала, используемого для создания базовых ценностей города [1]. Основная задача городских властей заключается в выявлении этих ресурсов, управлении ими и ответственной их эксплуатации: «...именно вос-

Татьяна Валерьевна БУХОВЕЦ (tbuhovets@rambler.ru), кандидат экономических наук, доцент кафедры национальной экономики и государственного управления Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь);

Ирина Николаевна РУСАК (rusakin@mail.ru), ассистент кафедры национальной экономики и государственного управления Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).

приятие перспектив города сквозь призму культуры должно задавать систему координат для планирования городской жизни, экономического и социального развития» [1]. «В каждой детали городского ландшафта скрыта своя история, которая может быть использована для позитивного обновления города. Поиск решений в проблемных ситуациях показывает, что буквально любая вещь может рассматриваться как ресурс для развития. Например, финский город Кемпи, расположенный на Полярном круге, страдал от сильной безработицы, так как его экономика почти целиком зависела от не очень успешной бумажной фабрики. В итоге, главным активом для города стали холод и снег, благодаря которым удалось построить самый большой в мире снежный дворец. Эффект проекта превзошел самые смелые ожидания: огромный поток туристов, строительство гостиниц, ресторанов и прочих сопутствующих бизнесов» [1].

«Культурные ресурсы города могут быть обнаружены в его историческом, индустриальном или художественном наследии, в таких активах, как архитектура и городской ландшафт, местные традиции общественной жизни, фестивали, ритуалы, истории, распространенные хобби, увлечения и промыслы» [1].

Как показывает зарубежный опыт, каждый город может найти свою уникальную *нишу*, позволяющую ему стать *национальным* или даже *всемирным центром* определенного вида деятельности. Так, Фрайбург стал центром экологических исследований, Новый Орлеан — центром блюза, Хей-он-Уай — центром книжной торговли, Хельсинки — центром дизайна [1].

Особенно интересной является история маленького городка Хей-он-Уай в Великобритании, который представлял собой ничем не примечательный городок на границе Англии и Уэльса вплоть до 1961 г., полностью зависевший от ухудшавшейся конъюнктуры на рынке сельскохозяйственной продукции. «Владелец полуразрушенного замка Ричард Бут занялся букинистической торговлей. Книги быстро заполнили его замок, и он стал покупать в городе другие здания, например, пожарную часть или закрывшийся кинотеатр. К началу 1970-х гг. за Хеом закрепилась международная репутация *книготоргового центра*, и теперь в нем расположено 42 книжных магазина... Ежегодно город посещают более 110 тыс. туристов, наплыв гостей значительно увеличивается в мае, в период проведения литературного фестиваля... Повторяя опыт Хея, малые города по всему миру пытаются оживить свою экономику с помощью *книжной торговли*. В это движение сегодня включились Монтолье в южной Франции, Бредевоорт в Голландии, Бешерель в Бретани, Реду в Бельгии, Фьёрланд в Норвегии» [3, 32].

Другим примером самоидентификации города на базе культурных факторов является столица Финляндии г. Хельсинки. Когда местные предприятия в легкой и мебельной промышленности перестали выдерживать ценовую конкуренцию со стороны стран Юго-Восточной Азии, руководство г. Хельсинки решило направить инвестиции в развитие *дизайна*. В результате, в 2012 г., решением Международного совета по промышленному дизайну Хельсинки был избран дизайнерской столицей мира, став третьим городом, удостоенным этого звания, после Турина и Сеула. Несколько годами ранее, в 2000 г. Хельсинки был удостоен звания мировой столицы культуры, в результате чего архитекторы и дизайнеры начали работать над новой концепцией городской среды, и в городе появились музей современного искусства «Киясма», Дворец Финляндии, новое здание Парламента и т. д. [1]. Помимо этого, «...правительством страны в соответствии с требованиями постиндустриальной эпохи был взят курс на развитие креативных индустрий и высоких технологий, преобразуя под потребности предпринимателей промышленные окраины. Самыми яркими показателями интереса властей к творческим индустриям, связанным с высокими технологиями, могут служить муниципальный центр («Глас палас медиацентр»), ведущий консульта-

ционную и образовательную работу, который оснащен бесплатной электронной библиотекой с 21-й компьютерной рабочей станцией; «Люм центр» — центр аудио- и видеопроизводства, образования и исследований при Хельсинкском университете искусства и дизайна, имеющий студии площадью 500 м², оснащенные по последнему слову науки и техники» [1].

В числе культурных факторов, способствующих развитию на их основе инновационных видов деятельности (культурных индустрий) и оживлению экономической и социальной жизни города, следует отдельно выделить **фестивали**, приуроченные к определенным особенностям территории, традициям и устоям местных жителей. Наиболее знамениты местными праздниками, посвященными различным ресурсам, которыми известен регион, от грибов и пасты до литературы — итальянские города [1]. В Глазго (Великобритания) в ходе реализации проекта «Культурная столица Европы» в 1990 г. организовали *праздник «Город рабочих»*, способствующий развитию города. Альтернативный фестиваль в Аделаиде (Австралия) также помог вывести город на новый уровень развития.

Активно проводятся фестивали в финской столице Хельсинки. В их числе «Праздничные недели Хельсинки», «Ночь искусств», «Тотальная Балалайка», «Город света», Фестиваль электронных искусств и т. д., а также уик-энд, во время которого сотни компьютерных гениев собираются для общения и обмена идеями. Фестивали позволили показать, как может быть переустроен город, какие экономические и социальные возможности могут быть открыты перед ним благодаря подобным праздникам. Первый фестиваль «Валон Воймат» («Силы Света») в Хельсинки был проведен в ноябре—декабре 1995 г., став с тех пор ежегодным и превратившись из небольшого фестиваля с финансированием в 30 тыс. фунтов в масштабное мероприятие. В конечном счете, Валон Воймат превратился в комплексный проект развития, объединяющий разнообразные факторы: экономические, средовые, социальные и культурные. Сегодня фестиваль способствует реализации серии местных проектов и стимулирует международное сотрудничество, в которое вовлечены такие города, как Будапешт, Лондон, Стамбул, Орхус и Барселона. Тем самым фестиваль играет роль **бренда** Хельсинки и задает городу новые перспективы [3, 46—47, 143—144].

Следующим важным фактором, способствующим преобразованию городской среды и восстановлению экономики деградирующих территорий, является фактор придания культурного колорита и разнообразия **заброшенным промышленным объектам** посредством превращения их в **парки индустриальной культуры**. Наиболее ярким примером подобного рода преобразований может служить Эмшер-парк, расположенный в районе Рура в Германии и охватывающий территорию площадью 800 км², включая 17 городов. Индустриальный пейзаж Рура характеризовался чрезмерной деградацией, горами шлака, трубами, домами и башнями газгольдеров. С целью возрождения района был разработан генеральный план развития туризма и образа Рура, включающий три ключевых элемента: промышленную культуру, современные развлечения и необычные культурные мероприятия. В качестве основной задачи развития района было определено представление Рура как крупнейшего в мире *национального парка индустриальной культуры*. В результате реализации проекта крупнейший в Европе газгольдер в Оберхаузене, высотой 120 м и шириной 67 м, в 1994 г. был превращен в *выставочный центр*, который сразу стал достопримечательностью региона. Вторым изменением было превращение самой большой в Европе угольной шахты Цехе-Цольферайн в *центр отдыха, конференций и промышленного дизайна*. Новый центр включил в себя старые постройки, в частности, один из популярных ресторанчиков в регионе приобрел уникальный дизайн благодаря старой ко-

тельной, в которую он встроен, старые угольные копи выступают аттракционами для посетителей. Третьим преобразованием было превращение стального рудника в Дуйсбурге-Майдерихе в *ландшафтный парк «Дуйсбург-Норд»*, который знаменит ежевечерним *Световым шоу*, проецируемым на стены старых промышленных построек, крупнейшим *клубом альпинистов* в Северной Германии, использующим стены фабрики в качестве поверхности утесов, а также местной *ассоциацией подводного плавания*, осваивающей спасательные техники в заполненных водой газгольдерах [3, 145–155]. В ходе реализации указанных проектов ключевым элементом стратегии развития региона стала **культура**, способствующая развитию туризма и формированию имиджа; важное место было отведено созданию новой культуры труда. «За десять лет в ста с лишним проектах приняли участие более 4 500 человек, свыше 1 млрд фунтов стерлингов государственных капиталовложений обеспечили рабочие места более чем 30 тыс. человек. Реальные расходы были в несколько раз больше благодаря привлечению частных ресурсов. Особая ценность и долгосрочная цель проектов заключалась в тех новых формах жизни и работы, которые выросли из *экологически и культурно обоснованного обновления системы. Индустриальные объекты были превращены в источник гражданской гордости»* [3, 145–155].

Другим примером преобразования промышленных объектов является немецкий Нойнкирхен, продемонстрировавший, как экологические и культурные факторы могут способствовать созданию новых рабочих мест и устойчивому развитию. «Бывший чугунолитейный завод превратился в **символ социальной истории города**; старый манеж в его предместьях превратился в **культурный центр**, а в другом здании разместился **музейный архив**, взявший на себя обязательство документировать промышленную историю города и региона. Улучшение окружающей среды на заброшенных промышленных территориях привело к очищению пейзажа. Была создана инфраструктура для привлечения компаний и размещения их на участках, появившихся благодаря рекультивации пустырей и свалок» [3, 155–158].

В Хельсинки в 1990 г. огромное заброшенное здание бывшего кабельного завода было передано группе независимых менеджеров творческих индустрий, которые оборудовали в нем рабочие помещения для независимых художников и предприятий, занимающихся искусствами и иной творческой деятельностью, связанной с культурой. После успешного переоборудования и развития здания центр «Glass Palace Media Centre» получил дополнительные источники финансовых вложений на содержание и обновление своих помещений. С 2002 г. предприятие обходится без государственных субсидий, сдает площадки для проведения выставок, концертов и т. д., а также предоставляет помещения для работы 900-м художникам и творческим предпринимателям, устанавливая размер арендной платы в зависимости от материальных возможностей арендатора [1].

Положительный опыт преображения промышленных построек характерен также для США. Так, «...власти Манчестера, в котором к середине 1980-х годов количество рабочих мест сократилось на 200 тыс., сделали ставку на развитие креативных индустрий. Заброшенные промышленные здания обрели новую жизнь: в них разместились Музей науки и промышленности, театр «Роял Эксчендж». Был реконструирован исторический индустриальный район Каслфилд, на карте города появились новая художественная галерея, концертный зал, а также уникальный центр «Урбис», в котором первый промышленный город мира прославляет урбанизацию» [1].

Помимо этого, культура была использована как движущая сила возрождения в ряде городов, в числе которых Хаддерсфилд, Рандерс, посредством **объединения культуры и технологий**, способствующего внедрению Интернета и цифровых медиа в общественный обиход. Например, **Центр искусств и ме-**

диатехнологий (ZKM) в старой фабрике боеприпасов на окраине Карлсруэ в Германии предлагает выставочное пространство для медиа и исследовательские лаборатории для звуковых и визуальных искусств. Центр дополняется художественным колледжем, входящим в комплекс. Комплекс включает в себя также Медиамузей, Институт визуальных медиа, Институт медиа и акустики, медиабiblioteca, медиатеатр, музей современного искусства, а также Государственную академию дизайна и муниципальную галерею Карлсруэ [3, 180–190].

Самым большим художественным пространством в мире и крупнейшим в США центром современных визуальных искусств является Массачусетский музей современного искусства (MASS MoCA), занимающий 13 акров отреставрированных фабричных зданий XIX в. Музей экспонирует скульптуру, танец, театр, кино, цифровое искусство и музыку [3, 180–190].

Другими примерами являются Медиацентр Уотершед и галерея Арнольфини в Бристоле в Великобритании, расположенные в бывших складах на берегу реки на периферии центральной части города [3, 180–190].

Такого рода культурные объекты способствуют формированию творческой инфраструктуры и дальнейшему экономическому развитию региона, что проявляется в притоке дополнительных инвестиций в развитие досуговой инфраструктуры.

Активное развитие информационных технологий в конце XX в. способствовало формированию **«кварталов культурных индустрий»**. **Культурные индустрии** включают в себя музыку, книгоиздание, аудио-, видео- и мультимедийный секторы, изобразительные искусства и ремесла. Они охватывают те сферы, где творческий вклад имеет важнейшее вспомогательное значение, например, дизайн, промышленное проектирование, графику и моду. Взаимодействие индустрий, связанных с искусством, с компьютерными сетями, и их взаимное оплодотворение через цифровые технологии сделало их **двигателем новой экономики**. Они притягивают туристические потоки и обеспечивают непрямую экономическую выгоду для городов [3, 203–204].

Кварталы культурных индустрий существуют по всему миру: от Тауэр Хэмплетс возле Брик Лэйн в Лондоне до Поп-кластера в Тилбурге, от Хакише Хофе в Берлине до Ньютауна в Йоханнесбурге, Силиконовой аллеи в Нью-Йорке (США) или Рандл-Стрит в Ист-Энде Аделаиды. Термин стал настолько популярным, что любое скопление объектов культуры получает название «культурный квартал», причем для отдельных территорий оно становится брендом, как, например, для Музейной площади в Амстердаме или Внутренней гавани в Балтиморе [3, 203–204].

Таким образом, **культура** сегодня играет весомую роль в самоопределении и развитии городов в развитых странах. Культурные индустрии являются важным сектором экономики в таких городах, как Лондон, Нью-Йорк, Милан или Берлин, где в данной сфере задействовано около 5 % рабочей силы [1]. Как показал проведенный анализ, размер экспортной прибыли культурных индустрий в США приравнивается к аналогичному показателю в авиации. В Великобритании с начала 1980-х гг. доходы от музыкального экспорта превышают прибыль от экспорта инженерной продукции [3, 203–204]. Помимо этого культура способствует накоплению социального капитала, мобильности и адаптивности общества, укреплению сплоченности различных социальных групп и т. д.

Возрастающая роль культуры в городском развитии европейских государств подтверждается тенденцией образования кластеров городов, *развивающихся на культурной основе*. Примером подобных кластеров могут служить города, расположенные на оси Шеффилл — Хаддерсфилд — Манчестер — Бирмингем в Великобритании, или города Кельн, Дюссельдорф и Дортмунд вдоль Рейна в Германии. В Тилбурге в Нидерландах была предпринята попытка создания «поп-кластера», основным назначением которого должно было стать решение проблем, вызванных упадком традиционной промышленности, посредством переориентации города на развитие *музыкальной индустрии*. В Глазго (Великобритания) ресур-

сом возрождения города стали *традиции музыки и производства фильмов*, которые послужили формированию нового *имиджа* города и открыли возможности для развития новых отраслей. Исследования в области звука и новейшей аудиовизуальной техники получили применение не только в музыке и кинематографе, но также в медицине и реабилитации, когда соответствующие технологии позволяли глухим слышать или помогали расшифровывать показания эхолота. Лучшие кино- и анимационные технологии применяются в развитии самых разных видов деятельности — от прокладки труб до биомедицины [3, 46–47].

Следует отметить, что выявление и активное использование культурных факторов (ресурсов) и развитие на их основе креативных индустрий невозможно без поддержки местных органов власти. В частности, «в 1998 г. в Великобритании было создано специальное государственное агентство для реализации государственной политики по развитию креативных индустрий, которое курирует предприятия, работающие в промышленном и графическом дизайне, рекламе, архитектуре, кино, музыке, издательском деле, на телевидении и т. д.» [1]. В Хельсинки функционирует специализированная школа работы с артсообществом, в которой художники и дизайнеры получают возможность создавать творческую продукцию, а также обеспечивать ее коммерциализацию с минимальными затратами [1].

Итак, проанализировав опыт зарубежных стран в области восстановления экономики городов на основе развития культуры и активного использования культурных ресурсов, можно выделить основные группы культурных факторов и соответствующие им культурные индустрии (рис. 1).

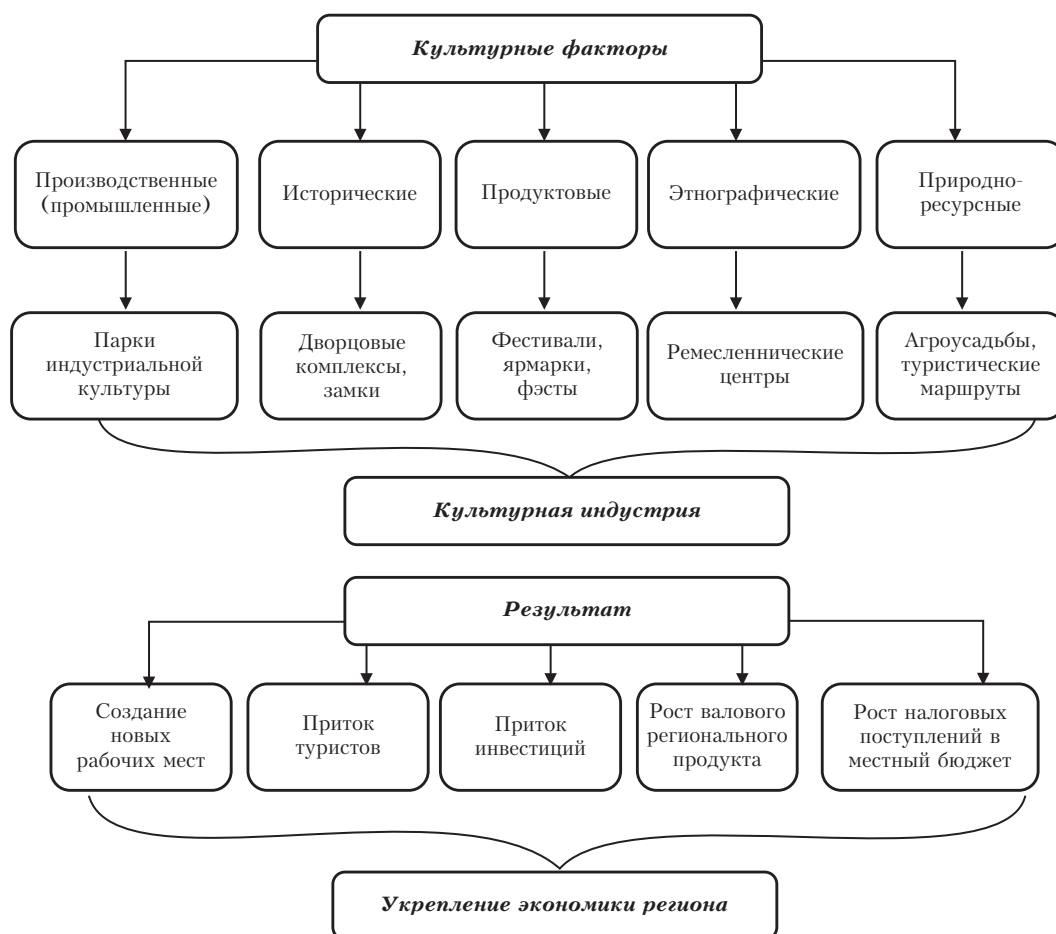


Рис. 1. Влияние культурных факторов на восстановление экономики регионов

Как видно из рис. 1, культурные факторы могут положительно влиять на восстановление экономики региона путем создания культурных и ремесленнических центров, проведения различных мероприятий (фестивали, ярмарки), что в последующем будет способствовать инвестиционной привлекательности региона и повышению его конкурентоспособности. Помимо перечисленного, укрепление экономики региона будет осуществляться за счет создания новых рабочих мест, притока туристов в данную местность как внутренних, так и внешних, приток инвестиций будет способствовать росту регионального внутреннего продукта, а местные бюджеты смогут пополниться за счет увеличения налоговых поступлений, что положительно отразится на формировании конкурентоспособного региона.

Механизм восстановления экономики региона на базе культурных факторов представлен на рис. 2.



Рис. 2. Механизм восстановления экономики региона на базе культурных факторов

Как видно из рис. 2, важным этапом восстановления экономики региона на базе культурных факторов является взаимодействие инициативной группы, занимающейся выделением культурных факторов и разработкой проектов развития культурных индустрий, с местными органами власти, которые в последующем смогут оказывать содействие в реализации проекта, поиске партнеров с использованием механизмов государственно-частного партнерства или же привлечением бюджетных средств на реализацию социальных проектов.

Таким образом, на основании проведенного исследования и рассмотрения передовых практик восстановления депрессивных регионов следует заключить, что выделение культурных факторов может служить базисом для развития культурных индустрий и создания культурных кластеров в регионах Республики Беларусь и способствовать восстановлению и укреплению экономики регионов.

Литература

1. *Парамонов, П.* Город 2.0 [Электронный ресурс]. // П. Парамонов // Точка зрения. — Режим доступа: <http://www.tztver.ru/articles/detail/250>. — Дата доступа: 10.07.2014.
- Paramonov, P.* Gorod 2.0 [City 2.0] [Elektronnyiy resurs] // P. Paramonov // Tochka zreniya. — Rezhim dostupa: <http://www.tztver.ru/articles/detail/250>. — Data dostupa: 10.07.2014.

2. Демографический ежегодник Республики Беларусь, 2014. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2014. — 414 с.

3. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. — М. : Классика-XXI, 2011. — 399 с.
Lendri, Ch. Kreativnyiyy gorod [The Creative city] / Ch. Lendri. — M. : Klassika-XXI, 2011. — 399 p.

TATSIANA BUKHAVETS, IRYNA RUSAK

**INTERNATIONAL EXPERIENCE OF IMPACT OF
CULTURE FACTORS ON REGION'S ECONOMY**

Authors affiliation. *Tatsiana BUKHAVETS (tbuhovets@rambler.ru), Belarusian State Economic University (Minsk, Belarus), Iryna RUSAK (Rusakin@mail.ru), Belarusian State Economic University (Minsk, Belarus).*

Abstract. Based on the example of certain districts and cities of Germany, Great Britain, Finland, the USA and other countries the authors demonstrate the influence of cultural factors on a region's economy, and offer a mechanism of its recovery and strengthening.

Keywords: foreign experience, cultural factors, regional economy, cultural and creative industries.

UDC 332.14

*Статья поступила
в редакцию 02.10. 2014 г.*

И. Н. КУРОПАТЕНКОВА, Н. В. МАНЦУРОВА

**ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ
ЗАЩИТЫ ОТ БЕЗРАБОТИЦЫ**

В статье исследуется система социальной защиты от безработицы, показаны специфические особенности ее организации за рубежом, выделены организационно-экономические инструменты социальной защиты от безработицы, отражены активные формы поддержки безработных в период поиска работы, предложены структурообразующие элементы системы организации социальной защиты от безработицы и механизм материальной поддержки безработных на основе принципов социального страхования.

Ключевые слова: социальная защита, безработица, активные меры.

УДК 369:331.57

Ирина Николаевна КУРОПАТЕНКОВА (kest@bseu.by), кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики труда Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь);

Наталья Владимировна МАНЦУРОВА (nat.man@mail.ru), ст. преподаватель кафедры менеджмента и экономики социальной сферы Белорусского государственного университета (г. Минск, Беларусь).

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°
BSEU. Belarus State Economic University. Library.
<http://www.bseu.by> elib@bseu.by