

6. ОСВІТЯНСЬКІ ПРОБЛЕМИ ВИЩОЇ ШКОЛИ

УДК 332.1 Доц. О.І. Карий, канд. екон. наук – НУ "Львівська політехніка"

РОЗВИТОК КУЛЬТУРИ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТА

Розглянуто суть поняття "культура", проаналізовано складові культурного простору міста та визначено сфери впливу культури на розвиток міста. Проаналізовано також державну та муніципальну політику в різних країнах стосовно митців та їх об'єднань, розглянуто специфіку діяльності мистецько-культурних, творчих підприємств. На цій основі зроблено спробу сформулювати завдання місцевої влади у сфері розвитку культури та використання культурного потенціалу для соціально-економічного розвитку міста.

Ключові слова: культура, культурний простір міста, місцевий розвиток, місцева влада, муніципальна політика в сфері розвитку культури, мистецько-культурні, творчі підприємства.

Assoc. prof. O.I. Karyy – NU "L'vivs'ka Politekhnik"

Cultural development as the factor of social and economic development of a city

The essence of definition "culture" is investigated, the components of city cultural environment are analyzed, and the spheres of cultural influence on city development are defined in the article. The state and municipal politics on artists and their unions in different countries are analyzed; the specifics of artistic and creative enterprises' activities are investigated. The attempt to formulate the tasks of local powers in the sphere of cultural development and in the usage of cultural potential for social and economic development of a city is made on this basis.

Keywords: culture, city cultural environment, local development, local power, municipal politics on cultural development, artistic, creative enterprises.

Постановка проблеми. На зв'язку між культурою і економікою було наголошено з часів М. Вебера [1, с. 23]. У своїй праці "протестантська етика і дух капіталізму" він доводить, що панування капіталізму в діловому житті виникає з переконання значних груп людей в тому, що в свої природні потреби економічного успіху вони мусять вбудувати моральні цінності. Лише тоді виникає можливість уникнути нераціональної жаги грошей і пороку жадібності. Посоромлення відсутності обмежень при реалізації приватних фінансових інтересів гарантує сталість прибутків, а також отримання доходів від вкладеного в підприємство капіталу. Ідейне підґрунтя такої ментальності становить, за М. Вебером, протестантизм, в основному у формі кальвінізму, який використовує ідею християнського аскетизму для створення пуританських засад професійного аскетизму. Хоча концепцію М. Вебера було піддано значній критиці і пробам модернізації, до сьогоднішнього дня вона є актуальною.

Можливо не так чітко як у М. Вебера, але все-таки відзначено роль культури для економіки у більшості економічних теорій (табл. 1).

Табл. 1. Еволюція сприйняття зв'язку культури і економіки [2, с. 21]

Джерела національного доходу (НД)	Домінуючий сектор	Головні теоретики	Роль культури і науки
НД = К, де К – капітал у формі натуральних, вичерпальних ресурсів (до кінця XVII ст.)	Сільське господарство, шахти	Квісні, Торгот	Символічна
НД = (К, П), де: К – капітал у формі машин; П – робоча сила (XIX ст.)	Мануфактура	А. Сміт, Д. Рікардо, Р. Молтгауз, Дж. Мілл, К. Маркс	Непродуктивна
НД = (К, П, Т), де: К, П – аналогічно до попереднього; Т – технологічні зміни (кінець XIX ст., початок XX ст.)	Промисловість, транспорт	Дж. С. Мілл, Маршалл	Продуктивна
НД = (К, П, Т) у де: К, П, Т – аналогічно до попереднього; у – уряд, який бере активну участь у економічній діяльності	Публічний сектор	Дж. М. Кейнс	Публічний продукт, який підтримується державою
НД = (К, П, Т, О, Д) у, де: К, у – аналогічно до попереднього; П – кваліфіковані працівники; Т – технологічні зміни, які є результатом досліджень у точних науках; О – зміни організації, які виникають з досліджень у суспільних науках; Д – дизайн, який є результатом пошуків у сфері культури і мистецтва	Сектор послуг, економіка, базована на знаннях, креативна промисловість	Й.Ф. Лйотард, Дж. Дерріда	Джерело прибутків

Участь в декількох проектах з розроблення стратегічних планів розвитку міст та аналіз прийнятих в українських містах стратегічних планів розвитку засвідчує зростання інтересу до проблем культури як інструменту стимулювання соціально-економічного розвитку населених пунктів. У сфері культури з'являються нові можливості і виклики. Постійно зростає вплив на культуру ринкових факторів – культура стає сферою не лише традиційної соціальної політики, але і економічної політики на місцевому, регіональному та державному рівнях. Культура і економіка стають взаємопроникними і взаємодоповнюючими сферами розвитку країни, регіону, міста. Фактична відсутність системних теоретичних досліджень впливу культури на розвиток міст в Україні створює необхідність узагальнення існуючих вітчизняних і закордонних напрацювань у теорії та практиці управління культурою міста.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роздуми на тему впливу культури на розвиток країни, регіону, громади можна знайти у багатьох теоретиків соціології та макроекономіки. Проте, як зауважує Й. Гончар [3, с. 60], дослідження процесів соціально-економічного розвитку через призму культури довгий час не було новою сферою досліджень. Вважалося, що це цікавий спосіб розгляду економічної дійсності, але він не має конкретного значення для розуміння функціонування економіки і його застосування для планування діяльності і використання на практиці є неможливим.

Дослідження процесів розвитку та досвід стратегічного планування розвитку міст і регіонів по цілому світі призвели до розуміння значного впливу культури на ці процеси. Як зауважує на підставі проведених багатьох системних досліджень А. Калета [1, с. 13], в основі кризи промислової цивілізації лежить в основному культурна криза, спричинена передусім гігантизацією організаційних структур, в яких на перший план виходять матеріальні об'єкти, а людським стосункам приділяється менше уваги.

П. Друкер зазначає, що визнання цінності інноваційності є однією з найважливіших цілей, до яких повинні зараз прагнути люди, якщо хочуть досягнути цивілізаційного розвитку, а добробут пов'язаний з культурними зразками суспільства. Базовим зразком культури, спрямованої на розвиток є створення в певному суспільстві настанови на успіх і досягнення успіху. Другим зразком такої культури є спрямованість на участь в досягненні спільного блага – цивілізаційного розвитку. Третім базовим зразком культури, спрямованої на розвиток, є трактування змін як шансу на розвиток, а не як загрози для людини і соціальних груп [4, с. 29].

Важливість культури для соціально-економічної життєздатності країн та сталого розвитку громад було визнано в програмних публікаціях ЮНЕСКО ("Наше творче різноманіття", 1996 р.) та Ради Європи ("З периферійності – в центр уваги", 1997 р.). Це сприяло появі концепції культури як інструменту розвитку. У найпростішій формі йдеться про використання засобів культури для досягнення цілей в інших, не пов'язаних із культурою, галузях. Наприклад, використання театральних вистав та майстер-класів для пропаганди здорового способу життя [5, с. 13-14]. Ця концепція відводить культурі центральне місце в державній політиці та політиці місцевої влади щодо таких ключових питань, як формування громадянського суспільства, досягнення соціальної злагоди, творчий розвиток громад тощо.

Цілі статті:

- розглянути суть поняття "культура";
- проаналізувати культурний простір міста;
- визначити сфери впливу культури на соціально-економічний розвиток міста;
- сформулювати завдання місцевої влади у сфері розвитку культури.

Виклад основного матеріалу. Ріст значення "культурного підходу" в пізнанні економічної дійсності спричинений ростом розчарування у формуванні дійсності згідно з алгоритмами, розробленими лише в одному культурному середовищі і на підставі досвіду тільки одного історичного періоду його розвитку. Проявляється це у труднощах, проблемах і поразках, з якими зіштовхнулася теорія модернізації та базована на ній практика допомоги і стимулювання соціально-економічного розвитку відсталих країн. Перенесення опрацьованих і функціонуючих алгоритмів з високо розвинених країн до відсталих надто часто закінчувалося невдачею. Розвиток і приєднання до високо розвинутих країн Японії, Південної Кореї, Гонконгу, Тайваню, Сінгапуру відбулися відповідно до відмінних від відомих на Заході класичних зразків. Керівники цих країн і не приховували, що творять нові механізми розвитку, оскільки їхні суспільства значно різняться від західних у категоріях соці-

альних зв'язків, культурних зразків тощо. Таке руйнування спільного бачення західного світу як зразка для розвитку звернуло увагу на існування інших від капіталу, ринку, грошей, технологій, науки, політичного і суспільного устрою чинників. З'явився навіть термін "соціальний капітал" як категорія, що описує соціальну орієнтацію економічної поведінки і засіб, здатний до створення економічних вартостей. Розвиток міжнародної торгівлі і транснаціональних корпорацій наочно продемонстрував культурні відмінності і викликав потребу врахування культурного контексту при побудові організаційних структур, процедур і механізмів управління. Виявилось [3, с. 60-61], що категорія раціональності не є однозначною навіть на технічному рівні. Тому для досягнення тих самих цілей чи стандартів точності, віддачі і ефективності економічної діяльності треба застосовувати різні підходи залежно від соціального і культурного контексту.

Термін "культура" з'явився ще в старожитні часи і початково означав практику віддавання пошани богам (*cultus*). Культ богів землеробства і урожаю, Перфенони і Деместри, призвів до появи в Древньому Римі нового поняття "агрокультура" (*agricultura*), який означав вирощування, догляд, годівлю. Цицерон впровадив поняття "*cultura animi*", яке характеризує раціональну діяльність людини в сфері культивування і догляду будь-яких ідей. Поступово доходить до протиставлення культури і природи. Природа охоплює все, що має біологічний характер і виросло само з себе, а культура належить до продуктів людської діяльності, які передаються з покоління в покоління за допомогою небіологічних механізмів. Як зазначає Д. Вальджінські [6, с. 73], культура притаманна з біологічних видів лише людині.

У класичному розумінні культура однозначно інтерпретується як культивування природних цінностей і вартостей, завдяки чому людина покращує свій інтелект і волю, своєю чергою розвиває силу духа і тіла, поступово доходячи до повноти своєю людськості. Проте це покращення не стоїть лише звичайної зміни природи, а відбувається всередині людини. Таким чином культура пов'язана з особистою працею і зусиллями людини, завдяки чому відбувається облагородження внутрішньої суті людини, а через це і зміна її оточення. Д. Вальджінські [6, с. 73-74] підкреслює, що культура пов'язана з людиною, як істотою, що живе суспільним життям. Без існування певної групи людей, існування культури взагалі було би неможливим.

Одночасно з розвитком науки і пов'язаних з цим розвитком різних методологічних і дослідницьких підходів, кількість способів розуміння і визначення терміну "культура" зростає до кількох сотень. Можна визначити принаймні три типи розуміння терміну "культура": поточний, науковий та інституційний [7, с. 9].

Поточне розуміння культури показує її тлумачення людьми без спеціальної освіти в цій сфері. Найчастіше звичайні люди розуміють під словом "культура" певну поведінку або набір поведінок, а також різні витвори людської діяльності чи певні інституції (бібліотеки, музеї, театри, концертні зали, будинки культури, виставкові зали тощо).

Інституційне розуміння культури полягає у трактуванні культури як набору інституцій і матеріальних об'єктів, які слугують заспокоєнню культурних потреб та впливу на людей і середовище.

Ще на початку 50-х років минуло століття А.Л. Кробер і Ц. Клюкхохн [6, с. 74] нарахували 164 наукових визначень терміна "культура". Вони спробували дати власне визначення, яке би на їхню думку охоплювало суть всіх інших. Згідно з А.Л. Кробером і Ц. Клюкхохном, культуру творять способи мислення, відчуття і реагування, набуті і передавані в основному через символи, які разом зі своїми втіленнями у продуктах людської діяльності становлять значні досягнення груп людей; стержень культури становлять традиційні ідеї і, особливо, пов'язані з ними цінності.

Слід відзначити різне розуміння терміна "культура" в різних наукових школах. Д. Волтон [6, с. 74] відзначив три основні способи визначення цього терміна в Європі:

- спосіб французький, в якому акцент робиться на сам процес творення культури. Потім відбувається ідентифікація культури з спадком, творчістю, розумінням і знаннями;
- спосіб німецький, який прирівнює культуру до набору творів і вартостей, представлень і символів, спадку і пам'яті, які належать спільноті в конкретному історичному моменті;
- спосіб англосаксонський, який можна назвати антропологічним, оскільки акцентується увагу на стилі поведінки, практиці щоденного життя, історії буднього дня, образах і міфах.

У деяких країнах слово "культура" є ледь не синонімом мистецтва, і культурна політика там орієнтована переважно на образотворче та художнє мистецтво, літературу, фестивалі тощо. Тамтешні міністерства культури зосереджують свою увагу зазвичай на інфраструктурі, зокрема театрах, галереях, музеях, пам'ятках архітектури і т. ін., та на підтримці відомих митців і творчих колективів. І дуже по-різному ставляться до новіших форм культурної діяльності – кіно, рок-музики, мистецтва цифрових технологій, коміксів. З протилежного боку спектру культура бачиться як усе те, що робиться з власної волі, як характерний спосіб життя, завдяки якому німецьке місто відрізняється від французького, а шведська громада – від іспанської. Згідно з таким підходом, мистецтво є лише одним із багатьох виявів унікальної культурної ідентичності певної місцевості та її населення, а культурна політика може бути спрямована на широке коло речей – від народних танців до місцевих кулінарних традицій, від оформлення вулиць до моди. Звичайно, що країни з вузьким баченням культури як мистецтва можуть так само дуже високо оцінювати свій особливий спосіб життя, але розглядати його відокремлено від культури і не вважати питанням культурної політики. Значною мірою цю дилему віддзеркалює галузь теле- і радіомовлення. Її можна розглядати, з одного боку, як основу політики підтримки мистецтва – оскільки радіо та телебачення є і самодостатнім засобом художнього вираження, і засобом доступу до інших видів мистецтва, скажімо, класичної музики або балету. З іншого боку, телебачення та радіо за їхнім змістом і місцем у житті суспільства можна вважати рушійною силою культури та способу життя нації. Таку точку зо-

ру відображено в культурній політиці Франції, Ізраїлю та інших країн, де законодавчо запроваджено обмеження на іноземну, зокрема американську, телепродукцію [5, с. 11].

Культури відрізняються як у сфері цінностей так і практики. Г. Хофстеде виділяє такі рівні відмінності культури: державний; регіональний і (або) етнічний, релігійний, мовний, залежно від того, з яких окремих груп складається дане суспільство; з огляду на стать; поколінь; класово-шаровий; організаційний, залежно від місця праці і характеру організацій, в яких працюють учасники суспільного життя [3, с. 66].

Культура визначає процес спілкування і поширення інформації. Передача культурної інформації не забезпечується автоматично, на відміну, скажімо, від генетичної організації в природі. Спілкування як процес повинно постійно підтримуватися творчими зусиллями його учасників. Найвеличнійший продукт культури, який забезпечує комунікацію, – це мова.

Культура дає змогу забезпечити передачу соціального досвіду від одного покоління людей до іншого, від епохи до епохи. Культура забезпечує спадкоємність людського існування для багатьох поколінь. Трансляція культури надзвичайно багатопланова. Частіше за все в ній виділяють духовний і матеріальний компоненти. Духовна або суб'єктна трансляція іноді називається людинотворчою функцією культури, бо вона спрямована на формування особистості в діапазоні, прийнятному для даного суспільства. На цю сторону трансляції працюють всі соціальні інститути і відносини, які ми звикли називати системою виховання і освіти.

Культура одночасно пов'язана з творчістю і необхідністю збереження культурного спадку. Культури можуть змінюватися, і природа їх впливу на політику і економічний розвиток може відрізнятися в різні історичні періоди [8, с. 25-26].

Культура є джерелом чинників, які впливають на всі суспільні процеси, незалежно від того, якої сфери життя стосуються, що становить їх ціль і спосіб їх перебігу. У цьому контексті базовим є твердження, що культура є співавтором економічних процесів, модифікуючи функціонування базових ринкових механізмів і впливаючи на остаточний інституціональний вигляд економіки. Таким чином, культура має істотний вплив на формування таких явищ, як економічний ріст і розвиток, багатство і добробут, структура економіки, стратегії і структури управління. Зокрема, культура формує пріоритети окремих осіб і спосіб сприйняття ними дійсності. Відомим прикладом, який ілюструє вплив культури на економічний розвиток, є питання стратегічної орієнтації корпорацій на заході (а саме в англосаксонських країнах) і в Азії (зокрема в Японії): на Заході головною метою є прибуток, а в Азії – збільшення частки ринку [3, с. 60].

Культура є істотним детермінантом раціональності діяльності не лише тому, що є джерелом цінностей і норм, на підставі яких людина вибирає варіант власної поведінки. Культура також є самостійним джерелом обґрунтування раціональності діяльності, оскільки вона є також дослідницькою діяльністю, внаслідок якої створюється образ суспільної дійсності, а також прийма-

ються загальноприйняті пояснення причин і наслідків різноманітних процесів, що відбуваються в суспільстві. Такою самостійною, незалежною від наукового пізнання, базою для оцінки раціональності людських дій є традиція і стереотипи. Культура, як вид творчої діяльності людини, що слугує раціоналізації її суспільної поведінки, історично була і може далі бути конкурентом науки. Важливість цієї проблеми підкреслює той факт, що в щоденному житті більшість людей у своїх діях користується культурними зразками, а не науковими знаннями [3, с. 58-59]. Культура є силою, яка одночасно і об'єднує, і викликає ворожнечу [8, с. 25].

Культурний простір – це набір цінностей: значень, форм, символів і подій, які є джерелом просторового досвіду відповідної групи людей і, таким чином, частиною їх культури. Одночасно ці вартості є певним видом культурного капіталу, який можна використати для розвитку міста. Особливі характеристики цього капіталу створюють необхідність регулювання процесів його використання в стратегії розвитку міста зі врахуванням сучасних знань у сфері охорони культурної спадщини. При посиленні конкуренції між містами важливим стає створення позитивного іміджу міста. Важливу роль в цьому процесі відіграє представлення та інтерпретація культурних цінностей [9, с. 213-214].

Взявши під увагу поняття місцевої громади, можна сказати, що культура становить щось більше, ніж обмежений територіально суспільний простір, де мешкають конкретні люди, пов'язані певним типом зв'язків і групової солідарності. Культура складається також з адекватних суспільних фактів, які не мають матеріального вираження, не підлягають реконструкції методами зовнішнього наукового спостереження. Кожна людина, діючи і розмовляючи тільки властивим для неї способом, розуміє та інтерпретує культуру [1, с. 14].

Значення сектора культури в розвитку і збільшенні привабливості міст можна розглядати в багатьох аспектах. Стосуються вони всіх головних елементів міста: його мешканців, економіки і території. Місто є фрагментом культурного простору, якому надається більш-менш свідомо певне значення. Можна сказати, що на відміну, наприклад, від лісу територія міста "говорить". Щоб зрозуміти значення будівлі, вулиці, площі тощо потрібне знання коду, тобто певної "мови". Цієї "мови" ми вчимося в природний спосіб у процесі вивчення і розуміння простору. Ця мова є частиною культурного надбання людей, які відносяться до даної цивілізації, і становить фрагмент спільного спадку. Завдяки цьому значення таких об'єктів, як готичний костел чи бароковий палац одразу зрозуміле [10, с. 25-26].

Культурна привабливість (або її відсутність) вулиці, житлового району вимірюється не лише в категоріях "гарна" – "не гарна". За умов сучасної уніфікації світу, в тому числі використовуваних будівельних технологій і форм, специфічні риси і форми столітньої та давнішої забудови набувають особливої вартості. У минулих епохах з огляду на значну залежність від місцевих будівельників, клімату й інших особливостей місцевого природного середовища, спосіб використання території і форми забудови в кожному регіоні характеризувалися відмінними, притаманними лише їм, особливостями.

Особливо це видно на прикладі об'єктів щоденного вжитку. Саме ця особливість набуває дедалі більшої вартості в сьогоденному глобалізованому світі. Дух місця, багаторічна традиція, неповторні особливості території і її елементів стають бажаною характеристикою не тільки в контексті розвитку туризму. Тому в регіонах і країнах, які можуть похвалитися такими цінностями, все професійніше управляють цими територіями та об'єктами [11, с. 326-327].

Міста посідають різне місце на символічній карті певної країни чи навіть світу. Ранг міста пов'язаний з історією його громади, а також із збереженням цього місця в свідомості людей через літературні твори. Місто є місцем, але і в місті теж можуть бути місця. Існує чимало праць на тематику перцепції простору, починаючи від способу опису різних міст у літературних творах аж до дослідження їх сприйняття мешканцями на побутовому рівні. Мешканці міста не трактують його територію як єдиний одноманітний простір, а навпаки виділяють окремі місця, оцінюють їх на підставі багатьох критеріїв. Ці оцінки часто змінні і залежать від таких обставин, як ситуація, в якій дана особа перебуває, її емоційний стан, пора року і навіть дня. Багато мешканців мають дуже особисте та емоційне ставлення до певних фрагментів міського простору, окремих його місць. Багато з цих місць позначені подіями зі спільної і особистої історії, творять різні асоціації, викликають спогади. Магія цих місць часто має суб'єктивний, неповторний характер, але існують також у світі місця, винятковість і неповторна магія яких відзначається багатьма мешканцями і туристами десятками і сотнями років. Це, як пише А. Валліс [10, с. 28-29], – культурні терени міста. До таких магічних місць, які роблять враження практично на кожного, можна віднести площу і базиліку св. Петра в Римі, Акрополь в Афінах тощо. У простір міста вписуються деколи дивні й епізодичні будівлі. Вони керують власними правилами і несуть в собі початково досить убоге значення. Такою будівлею свого часу була Ейфелева вежа, побудована з єдиною метою – показати тодішні можливості використання сталевих конструкцій. Вежа за якийсь час стала символом міста саме тому, що була початково семантично пустою. Кожен міг надати їй своє власне значення і це стало приводом для того, що парижани і мільйони інших людей у цілому світі люблять цю вежу.

Маркетинг міста ставить в новому світлі проблему культурних цінностей території. Культурні цінності території, які впливають на її сутність, стають сильною перевагою при прийнятті господарських рішень, таким чином набирають особливого економічного значення [9, с. 213]. З огляду на важливість туризму завжди існує спокуса пристосовувати місцеву культуру до потреб туристів чи, зазвичай, до певного уявлення про їхні потреби. На думку місцевих мешканців, це часто робиться на шкоду їм та їхнім інтересам і негативно впливає як на стосунки між місцевим населенням і приїжджими, так і на перспективи розвитку громади [5, с. 27].

У стратегічних планах розвитку багатьох міст Західної Європи сфера культури визнана об'єктивним чинником розвитку. Прикладами таких міст не з переліку традиційних осередків культури можна відзначити Манчестер, Глазго, Ліверпуль, Роттердам. У більшості міст влада концентрує свою увагу

на конкретній галузі культури, яка повинна відігравати домінуючу роль у стратегії розвитку [2, с. 68].

Існує думка, що митці є винятковими людьми, які відіграють особливу роль у суспільстві, а тому заслуговують на особливе ставлення. Нерідко держава або місцева влада надає митцям певні привілеї: в Ірландії це податкові пільги, у Франції – особливі умови допомоги при безробітті, у Фінляндії – щорічні субсидії, у колишніх комуністичних країнах – творчі спілки [5, с. 35]. Проте такі дії викликають питання щодо фундаментального принципу рівності: якщо привілеї надають за професійною ознакою, то чому тільки митцям, а не, скажімо, лікарям, учителям чи інженерам? Ще більше занепокоєння викликають практичні наслідки такої ситуації, зокрема, чи справді підтримка митців є найкращим способом підтримати мистецтво.

Хоча турбота про зайнятість і умови життя митців є зрозумілим питанням культурної політики, як зауважують Ф. Матарассо та Ч. Лендрі [5, с. 35], це досить неефективний засіб забезпечення активного культурного життя. Адже кошти виділяються на основі статусу, а не творчої діяльності. Іншими словами, митці отримують право на особливе ставлення, з відповідним фінансуванням, не за виконану роботу, а лише через те, що вони є митцями. Вони можуть роками (чи взагалі ніколи) нічого не створювати, але це не має жодного значення, якщо їх визнано митцями.

На думку тих же Ф. Матарассо та Ч. Лендрі [5, с. 35-36], доцільніше підтримувати мистецтво, тобто вкладати кошти в інфраструктуру, освіту, забезпечення доступності культури; стимулювати участь мешканців міста у культурному житті; посилювати роль мистецтв у житті громадян. Робити це набагато важче, оскільки це комплексне і перемінне завдання та доводиться мати справу не з кількома тисячами, а з мільйонами людей. Безперечно, від такої підтримки опосередковано матимуть зиск і митці, і працівники культури, але на підставі результатів діяльності, а не статусу.

Муніципальна політика в сфері розвитку культури повинна забезпечити підтримку невеликих "мистецько-культурних, творчих" підприємств. Підтримуючи нові творчі підприємства (часто молодіжні), міська влада вирішує безліч соціально-економічних проблем (працевлаштування, відродження покинутих районів і т.д.), а також забезпечує постійний притік нових сил і новаторських ідей. Підприємства сфери культури здатні самостійно виживати і розвиватися.

Розвиток підприємництва у формі творчих індустрій – це спроба повернути творчість у сферу культури. Насправді, колись культура і мистецтво володіли монополією на творчість, але тепер творчий підхід активно розвивається і в інших сферах – у бізнесі, в науці і техніці, в управлінні містами і т.д. Виникає відчуття, що культура в її традиційних формах, втратила минулу спонтанність і вже не є в наші дні головним джерелом творчої енергії [12].

Творчі підприємства мають тенденцію до об'єднання, співпраці, утворення кластерів. Вони можуть компактно розміщуватися в певному районі міста (Лондон, Ліверпуль, Лос-Анджелес). Виникають творчі кластери, які утворюються навколо туристичної індустрії, вздовж уторованих туристичних

маршрутів. Також особливий тип кластера створюється, наприклад, навколо телеканалу, на який працює безліч продюсерських та рекламних компаній, кожна з яких також може сформувати свій кластер з виробників окремих компонентів. Сьогодні можна говорити і про віртуальні творчі кластери, які створюються в інтернет-просторі.

М. Смолен [2, с. 70-71], підсумовуючи вплив культури на розвиток міста, відзначила такі моменти:

- безпосередній вплив на ринок праці шляхом створення місць праці в публічних установах культури, неприбуткових організаціях, культурній індустрії;
- створення продуктів для інших галузей економіки і, таким чином, опосередкований вплив на ринок праці шляхом створення місць праці в секторах, пов'язаних з культурою (культурний туризм, освіта і т.п.);
- ріст доходів місцевого бюджету безпосередньо від продажу продуктів і послуг сфери культури на внутрішньому і зовнішньому ринках, а також у вигляді податків з організацій і осіб, які працюють у сфері культури;
- опосередкований ріст доходів місцевого бюджету від податків з організацій і осіб, які працюють в інших сферах (культурний туризм, торгівля, громадський транспорт тощо);
- притягування інвесторів;
- елемент відродження міської території та промислових об'єктів;
- допомога в створенні позитивного іміджу міста і його маркетингових комунікаціях;
- притягування та утримання креативних, висококваліфікованих людей, вплив на привабливість міста як місця проживання;
- спосіб боротьби з міськими соціальними патологіями, зокрема ослабленням суспільних зв'язків, відчуттям самотності тощо.

Як зазначають Ф. Матарассо та Ч. Лендрі [5, с. 21], основа культурного розвитку – це щоденне життя на місцевому рівні, непомітна суєта, що захоплює мільйони людей, ведучи їх на концерти, у театри, на виставки або спонукаючи до активного задоволення власних культурних потреб через навчання чи громадську діяльність. У сукупності ці розрізнені, а тому й менш помітні зусилля, дають набагато більше, ніж один всесвітньо відомий музей. Це часто недооцінюють, оскільки йдеться про інтереси місцевої громади, а не іноземних туристів, критиків і гостей. Виважена культурна політика мусить поєднувати ці протилежні підходи, а не підтримувати один за рахунок іншого. Вірним буде твердження, що суспільство процвітатиме, якщо забезпечить реальний місцевий культурний розвиток, навіть на шкоду престижним проектам.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи, можна відзначити значну роль культури для соціально-економічного розвитку. Вона створює інтелектуальний потенціал суспільства, будує його соціальний капітал, формує етичні норми поведінки, протидіє соціальним патологіям, забезпечує обмін інформацією, творить почуття єдності громади, народу. Вона є основним чинником розбудови співпраці і комунікації між людьми.

Культура безпосередньо впливає також на економічний розвиток міста, оскільки формує привабливість території для мешканців і інвесторів, зумовлює розвиток туризму, створює галузь культури, збільшує ринок праці, сприяє розвитку метрополійних функцій міста, будує конкурентні переваги.

Культуру не можливо швидко змінити. Проте, на розвиток культури впливає як політика держави, місцевої влади, так і окремих особистостей. У цій ситуації місцева влада не повинна відсторонюватися від культурних процесів у громаді, а шукати шляхи стимулювання розвитку місцевої культури у бажаному для громади напрямку. Організація культурного життя на місцевому рівні, підтримка місцевих традицій та звичаїв є потужним інструментом творчого розвитку громад і розвитку територій.

Аналіз наукових публікацій показав, що потребують подальшого вивчення та опрацювання інструменти впливу місцевої влади на розвиток культури, корисними були би дослідження впливу моно- та багатокультурності міст на процеси їх розвитку, а також обґрунтування вибору "культура для туристів чи для місцевої громади".

Література

1. **Kaleta A.** Rewitalizacja obszarów rustykalnych Europy. Tom III. Aktywizacja społeczności lokalnych (na przykładzie gmin województwa toruńskiego). – Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo, 1998. – 135 s.
2. **Smoleń M.** Przemysły kultury. Wpływ na rozwój miast. – Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagellońskiego, 2003. – 162 s.
3. **Gąciarz J.** Kultura a systemy zarządzania// Studia z zakresu zarządzania publicznego. – Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 2001. – S. 58-69.
4. **Huczek M.** Rola samorządu terytorialnego w rozwoju innowacyjności lokalnej// Zarządzanie i Marketing. – Zeszyt 1/2006. – S. 27-34.
5. **Матарассо Ф., Лендрі Ч.** Пошук рівноваги: двадцять одна стратегічна дилема культурної політики. – К.: Британська Рада в Україні, 1999. – 40 с.
6. **Waldziński D.** Polityka regionalna w Polsce w procesie przemian kulturowo-cywilizacyjnych. Zarys problemu. – Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, 2005. – 283 s.
7. **Program rozwoju kultury w Województwie Podkarpackim na lata 2004-2009.** – Rzeszów: Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego, 2004. – 48 s.
8. **Хантингтон С.** Столкновение цивилизаций. – М.: АСТ, 2006-576 с.
9. **Markowski T.** Zarządzanie rozwojem miast. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999. – 248 s.
10. **Jałowiecki B., Szczepański M.S.** Rozwój lokalny i regionalny w perspektywie socjologicznej. – Tychy: Śląskie Wydawnictwa Naukowe, Wyższa Szkoła Zarządzania i Nauk Społecznych w Tychach, 2002. – 346 s.
11. **Czarnecki B.** Walory środowiska kulturowego jako czynnik atrakcyjności inwestycyjnej// Atrakcyjność inwestycyjna regionu/ Redakcja naukowa Anatoliusz Kopczuk, Marek Proniewski. – Białystok: Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku, 2005. – S. 325-330.
12. **Гнедовский М.Б.** Творческие индустрии: Стратегия инновационного развития. [Електрон. ресурс]. – Доступний з: <http://www.cpolicy.ru>.