**УДК 130.2**

**КУЛЬТУРА И ОБРАЗОВАНИЕ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС РАЗВИТИЯ ГОРОДОВ ЮГА РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ВОЛГОГРАДА)**

***Шипулина Наталья Борисовна,***

***доцент, к. ф. н., ВГСПУ, г. Волгоград,***

***e-mail: nbship@mail.ru;***

***Шипулин Владимир Николаевич,***

***старший препод., РАН ХиСГ при Президенте РФ, г. Волгоград,***

***e-mail: shipulin@vags.ru***

Для понимания значимости культурного и образовательного ресурсов развития современных городов, весьма репрезентативно сопоставить такие две категории социального бытия, как «культура» и «город». Как минимум три существенных компонента их содержания совпадают. Во-первых, и одно и другое могут быть определены как очеловеченное пространство, совокупность материальных ценностей, символов, образцов, созданных и поддерживаемых людьми в определённом ограниченном локусе в более или менее продолжительное время. Во-вторых, и культура и город могут означать сам этот культуротворческий коллективный субъект, сообщество людей, социум со специфическим укладом, образом и ритмом жизни, устойчивый в своих традициях и трансформирующийся в ходе истории. В-третьих, как культура представляет собой темпорально структурированную трансляцию идей, ценностей, норм от поколения к поколению, так и город – это существующая и осуществляемая во времени традиция, воплощённая в идеях, образах, устойчивых культурных порядках и сценариях. И, в-четвёртых, культура и город представляют собой сложную целостную совокупность всех этих трёх компонентов: 1) пространство, материальное и символическое наследие; 2) социум горожан; 3) культурное время, традиция [7].

«Все пути в город ведут. Города \_ места встреч. Города \_ узлы, которыми связаны экономические и социальные процессы. Это центры тяготения разнообразных сил, которыми живет человеческое общество. В городах зародилась всё возрастающая динамика исторического развития. Через них совершается раскрытие культурных форм» [2]. В настоящее время можно выявить ряд проблем поддержания и устойчивого развития современных провинциальных городов как равновесных целостных культурных субъектов, в особенности городов Юга России. К таким проблемам относится статус городов Саратов, Астрахань, Ростов-на-Дону, Волгоград: все они на уровне внутренней идентичности и автоимиджа претендуют, конкурируя между собой, на роль «культурных столиц» Юга России как образовательные и культурные центры, обладающие достаточно весомым историко-культурным потенциалом для этого. Но утверждение города в качестве региональной «столицы» существенным образом зависит от усилий и возможностей таких сфер, как экономика, образование, административно-управленческие структуры, геокультурные факторы, символический стереотип исторического прошлого города.

Развитие региональной культуры не сводится только к количественному увеличению числа объектов культуры - музеев, театров, библиотек и т.д. С целью сохранения и развития культурного потенциала современного Волгограда администрацией Волгоградской области определены такие приоритетные направления деятельности: сохранение инфраструктуры объектов культурного наследия; комплектование музейных и библиотечных фондов; дальнейшее развитие региональных, межрегиональных и международных культурных связей; сохранение традиционных культур народов, проживающих в Волгоградской области, и приобщение к ним населения; развитие новых форм культурно-досуговой деятельности и любительского творчества; сохранение и развитие системы художественного и профессионального образования, профессионального мастерства; обеспечение общедоступности дополнительного образования в сфере культуры и искусства, поддержка молодых дарований; адресная поддержка профессионального искусства, литературы и художественного творчества; поддержка творческих союзов; внедрение новых информационных технологий; укрепление материально-технической базы учреждений культуры; доступность и расширение предложений населению культурных благ и информации в сфере культуры; создание благоприятных условий для творческой деятельности, освоение новых форм и направлений культурного обмена [4, С. 445].

«Значимым направлением развития культуры в Волгограде является формирование теоретически обоснованной культурной политики и менеджмента культуры. В настоящее время, когда многие города пересматривают своё «лицо», свой образ, ищут свой новый культурный брэнд», в Волгограде также осуществляется пересмотр «существующей городской культурной семиосферы и культурного ландшафта, изобретение и выработка новой символики <…>, своей культурной экономики [1, С. 14], обладающей потенциалом для развития Волгограда как крупного и перспективного культурного центра» [4, С. 446].

Волгоград, на наш взгляд, сегодня переживает свой постиндустриальный этап развития городской экономики в поисках возможностей приближения к статусу «креативный город» [5] с построением структур и практик так называемой культурной экономики, ориентированной на новый тип субъекта – креативный класс, на новый тип социальных связей и коммуникации, на развитие культурного туризма, для которого объектами привлекательности выступают не только культурный ландшафт местности, искусство, культурное и историческое наследие, но и образ жизни людей, живущих в этом регионе, традиции, социальная среда [6], на экономическую эффективность творческих индустрий, на джентрификацию городских территорий и построек и т.п.

«Конструирование культурных пространств современных городов непосредственно связано с трансформацией практики и дискурсов культурной политики: переходом от культурной демократии к экономике культуры и, наконец, к новому синтетическому дискурсу «креативных городов», опирающихся на человеческий и культурный капитал и ориентированных как на туристов, так и на новый «креативный класс». Выработка новых стратегий культурного планирования ставит задачи не столько культурной регенерации городской среды, сколько усиления креативного потенциала и развития инфраструктуры культурного/креативного производства как системного качества жизни современных «креативных городов» [3, С. 41].

К успешно реализованным в Волгограде проектам по формированию креативного города можно отнести и проект «Музей в Твоей жизни» 2008–2009 гг., призванный изменить статус и деятельность художественного музея в городской культурной среде, и активное включение музеев и библиотек города в международные программы и акции «Ночь в музее» и «Библиотечная ночь», и конкурс на разработку дизайна сувенира территории области «Новый волгоградский сувенир», инициированный и проведённый в 2012 г. «Агентством культурных инициатив» с целью культурно-символического ребрендинга города, и музейно-образовательный проект «Школа народной реставрации: Антресоль» 2012 г., призванный «вывести из тени» целый кластер художественно-креативного профессионального сообщества – реставраторов – и сформировать у населения потребность в их услугах.

Такие поиски инноваций продолжаются, но, мы полагаем, что только совместные проекты сфер культуры и образования Волгограда будут продуктивными для формирования нового типа городской идентичности креативного города. Иными словами, культурная экономика определяет креативный город не только в её властном, административном, финансовом, художественно-практическом модусах, но, в первую очередь, она может стать результативной только с опорой на формирование местного сообщества, новых горожан, креативного субъекта, что является прерогативой сферы образования на всех её уровнях [8]. Волгоградские лицеи, гимназии, колледжи, вузы активно взаимодействуют, формируя новый тип личности городского интеллектуала, творческого человека, патриота своей малой родины и через внедрение специализаций учебно-образовательных программ (с углубленным изучением художественной культуры родного края, с использованием элементов этнопедагогики), и через приобщение учащихся и студентов к исследовательской проектной деятельности (например, многолетняя традиция Городского конкурса исследовательских работ старшеклассников «Я и Земля» имени В.И. Вернадского или межвузовский смотр-конкурс «Социокультурные исследования» ВолгГТУ), и через организацию некоммерческими организациями социально значимых мероприятий и проектов, направленных на воспитание нового городского патриотизма (например, проекты «Академии успеха» РАНХИГС «Мой город», «Старший товарищ»).

1. Таким образом, суть стратегии культурного развития Волгограда состоит в переходе от политики и планирования культуры к креативному городу через конструирование культурных пространств города, развитие и усиление творческих индустрий в культурной экономике, формирование новой личности горожанина как креативного субъекта городской культуры.

***Библиографический список***

1. Аллен Дж. Скотт. Культурная экономика в городах // Логос. 2002. № 3 (34). С. 1-26.
2. Анциферов Н.П.Непостижимый город. Л.,1991.
3. Галкин Д.В. Стратегии культурного развития городов: современные подходы // Журнал социологии и социальной антропологии. 2005. Т. 8, № 4. С. 41-57.
4. Клейтман А.Ю., Шипулина Н.Б. Глава 4. Политическое и социокультурное развитие. 4.5. Культура // Волгоград в начале XXI века: учебное пособие / редкол.: И.О. Тюменцев, В.А. Брылёв, М.М. Загорулько, А.С. Скрипкин. – Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2011. С. 392-446.
5. Лэндри Ч. Креативный город / Пер. с англ. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 399 c.
6. Матецкая М.В. Экономика культуры и вектор институциональных реформ // Вестник СПбГУ. Серия 5 «Экономика», 2006. Выпуск 4. С.157-163.
7. Трубина Е.Г. Город в теории: опыты осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение, 2011. – 620 с.
8. Шипулин В.Н. Глава 4. Политическое и социокультурное развитие. 4.4. Система образования // Волгоград в начале XXI века: учебное пособие / редкол.: И. О. Тюменцев, В. А Брылёв, М. М. Загорулько, А. С. Скрипкин. – Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2011. С. 351-392.

**Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции «Управление стратегическим потенциалом регионов России: методология, теория, практика» / Волгоградский гос. техн. ун-т; редкол.,: А.В.Копылов (отв. ред.) и [и др.]. – Волгоград: ИУНЛ ВолгГТУ, 2014, - 316 с. - С. 174-175.**