

**Министерство культуры, молодежной политики и массовых  
коммуникаций Пермского края**

Отдел развития международных, межведомственных и  
межтерриториальных культурных связей

**КУЛЬТУРНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ  
ТЕРРИТОРИЙ И МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ:**

ПЕРЕВОДНОЙ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

**(COMMUNITY CULTURAL PLANNING AND DEVELOPMENT GLOSSARY)**

для представителей органов власти и прочих лиц, заинтересованных в стратегическом  
культурном развитии на муниципальном уровне Пермского края

Составлено по материалам зарубежных изданий

**Версия: 1.0**

Пермь – 2011

## Примечание от переводчика-составителя

Данная работа представляет собой сборник актуальных терминов по все более набирающей практический интерес зарубежной практике, именуемой *Community Cultural Planning and Development*, что можно попытаться перевести как *Культурное Планирование и Развитие Местных Сообществ*.

Несмотря на всю сложность и крайнюю неоднозначность адекватного перевода таких терминов как *community*, *stakeholders*, *cultural planning* и прочих, уже сейчас мы вынуждены констатировать тот факт, что полезность хотя бы первичного ознакомления с их содержанием сегодня очень высока.

Вот уже пятый год под эгидой Министерства культуры Пермского края реализуется программа «Пермский край – территория культуры», вобравшая в себя подходы и направления культурного развития на муниципальной арене, во многом аналогичные тем системным решениям, что можно увидеть в рамках названной выше зарубежной практики.

Многие из участников Программы «ПКТК» долгие годы хотели всерьез и при этом быстро разобраться в этом содержании, однако не имели такой возможности.

Теперь же мы, наконец, можем ответственно заявить, что этот разрыв постепенно начинает исчезать.

В рамках направления Единого кодификатора целей и задач Правительства Пермского края под номером **10.1.4.1.1. Адаптация и продвижение в муниципалитетах Пермского края передовых социокультурных технологий развития** в течение 2011 года нами был начаты сбор, систематизация, перевод и адаптация необходимой терминологической информации.

Конечно, стоит отметить, что первая версия словаря далеко не совершенна, поскольку он охватывает рабочее пространство пока лишь небольшого количества социокультурных технологий (культурное развитие местных сообществ, культурное планирование мест, культурное картирование мест и пр.), которые мы планируем стимулировать к адаптации в Пермском крае в дальнейшем. Тем не менее, для первого шага этого должно быть вполне достаточно, учитывая сложность лексики и специфику устройства зарубежной законодательной и политической системы.

Нам хочется верить, что данный словарь будет полезным подспорьем в текущей и перспективной работе представителей муниципальной культурной сферы края, в наших последующих проектно-аналитических и информационных семинарах как по рассматриваемым здесь технологиям, так и по другим, словарную базу по которым лишь еще предстоит создать.

За поддержку самой идеи создания подобного глоссария хочу выразить благодарность лично Александру Рудольфовичу Протасевичу, а также всем представителям муниципальной культурной сферы края, особенно тем, кто оказался «болен» вирусом программы «Пермский край - территория культуры» вот уже много лет и не собирается останавливаться на достигнутом!

**С уважением, Андрей Попов**

консультант отдела Международных, межрегиональных и межведомственных культурных проектов Министерства культуры, молодежной политики и массовых коммуникаций Пермского края, ответственный за научно-методическое обеспечение программы «Пермский край – территория культуры»

## А

### **Работники сферы искусства (Artsworkers)**

- в мире всё больше преобладает тенденция использовать именно этот термин взамен термина «художник/артист». Это происходит по двум причинам. Первая заключается в том, что некоторые профессионалы из области *культурного развития местных сообществ (community cultural development)* в большей степени вовлечены в процесс разработки, менеджмента и оценки социокультурных проектов, нежели в непосредственное производство продуктов культуры и искусства. Вторая – в признании большего разнообразия навыков работников сферы культуры и искусства, необходимых им для того, чтобы адекватно соответствовать требованиям работодателей в условиях новой экономики. Вдобавок к основному навыку проведения искусствоведческой экспертизы потенциальных результатов своей деятельности, работники сферы искусства и функционеры культурного развития местных сообществ должны применять навыки проектного менеджмента, стратегического и тактического планирования, ведения переговоров и обустройства коммуникации с различными целевыми аудиториями, а также навыки сотрудничества, совместной работы. Помимо этого, они нуждаются в высоких лидерских способностях в процессах мотивирования и сопровождения деятельности местных субсообществ без допущения доминирования над ними или прямого управления ими. Таким образом, образцовые работники сферы искусства и культурного сектора – это те, кто сознает свою ответственность в решении проблем, связанных с социальной справедливостью, а также кто чувствителен к частным проблемам различных творческих и культурных субсообществ в данном месте.

### **Экспериментальное исследование, или исследование действием (Action-Research)**

- исследование, осуществляемое в ходе непосредственного выполнения какой-либо работы или участия в каком-либо коллективном действии. Местные художники экспериментируют с различными подходами по сбору исходного материала для потенциального проекта, каждый из которых производит свой собственный новый тип интеракции, ведущей к получению знания и опыта, и, соответственно, различных ее результатов. Основываясь на этих результатах, художники определяют итоговую цель и механизм осуществления своих проектов.

### **Блага (Amenities)**

- спектр разнообразных общественных благ (*civic amenities*), предоставляемых соответствующими местными объектами *инфраструктуры (community facilities)* (например: торговые центры, рынки, учреждения досуга и отдыха, спортивные учреждения, музеи, исторические здания, центры искусства, библиотеки). Общественные блага являются критически значимыми для поселения, поскольку напрямую определяют степень его привлекательности в глазах жителей, туристов и инвесторов.

### **Принцип «вытянутой руки» (Arms-length principle, the)**

- модель финансовых отношений в рамках реализации *культурной политики*, которая принята в Великобритании, скандинавских странах, Канаде. Правительство, определяя общую сумму дотаций на культуру, не участвует в их распределении. Эту функцию осуществляют независимые административные органы, которые, в свою очередь, передают право распределения финансовых средств специальным комитетам и группам экспертов. Подобная практика призвана «держать политиков и бюрократов на расстоянии «длины руки» от работы по распределению финансовых средств, а также ограждать деятелей искусства и учреждения от прямого политического давления или незаконной цензуры. Важным аспектом при этом является полная независимость таких экспертов и *консультантов* от государственных структур

### **Развитие местного сообщества, основанное на учете его «активов» (Asset-Based Community Development)**

- развитие местного сообщества обычно начинается с определения его проблем или потребностей. Развитие *местного сообщества*, ориентированное на учет его «активов», означает, что данный процесс начинается с идентификации *общественных благ* и ресурсов данного сообщества – суммы навыков и способностей членов *местного сообщества*, а также их разнообразных вариантов видения собственного развития – прежде, чем происходит обращение к собственно определению потребностей, проблем и вызовов развития поселения. При этом, задается мыслительная установка, что «стакан, все же, на половину полон, нежели пуст».

### **Аутентичность (Authenticity)**

- искренность и подлинность любого факта реальности, имеющего отношение к индивидуальной, коллективной или общинной памяти, а также к эмоциям, внутренне переживаемому опыту, взглядам и мнениям, историям, рассказам, атрибутам культуры, творчества. В контексте культурного планирования и развития поселений, аутентичность напрямую связана с культурной идентичностью места

## В

### **Бенчмаркинг (Benchmarking)**

- разновидность процедуры *измерения эффективности (performance measurement)*, представляющая собой сравнительный анализ эффективности какой-либо программной или проектной инициативы одной организации и аналогичной инициативы другой организации. При этом, категория сравниваемой инициативы одинакова в обоих пунктах сравнения.

### **Лучшие практики (Best practices)**

- управленческие процессы и решения, проводимые в компаниях и организациях, достойные того, чтобы считаться образцово-показательными для других. Они полезны и необходимы не просто потому, что их можно взять и импортировать, а из-за их способности быть средством обучения чему-то новому, стимулирования диалога и рефлексии касательно новых путей развития.

### **Подход, основанный на учете эффективности (Benefits-Driven Approach)**

- определяющий аспект *культурного планирования*, путем применения надежных *культурных индикаторов* и измерений демонстрирующий эффективность вклада культуры в развитие успешных поселений.

### **Браунфилд (Brownfield)**

- экологически неблагоприятные, заброшенные или недогруженные по производственным мощностям земли промышленного или коммерческого типа, либо объекты промышленности, доступные для повторного использования.

## С

### **Гражданское общество (Civil Society)**

- понятие соотносится со сферой добровольческих ассоциаций и неформальных сетей, в которых индивиды и их группы вовлечены в деятельность, связанную с решением общественно (публично) важных проблем. Также его можно определить через отличие от публичных действий государственных структур – те не имеют духа добровольчества, и от частных проектов бизнес-сектора, поскольку те в меньшей степени заняты поиском и созданием общественных (читай: «ничейных») благ. Гражданское общество часто описывают как «Третий сектор». В демократических обществах оно выступает в качестве существенного связующего звена между индивидами (гражданами) и государством.

### **Партнер, соучастник (Collaborator):**

- организация, соглашающаяся предоставить в совместное пользование другим организациям (сохраняя, при этом, свою независимость от них) набор собственных ресурсов (финансовых, трудовых и прочих) с целью достижения общих целей. Партнер может быть вовлечен в процессы планирования, управления развитием, реализации и оценки того или иного проекта.

### **Коммунитаризм (Communitarianism)**

- экономическая доктрина, делающая акцент на построении сильного гражданского общества, основой которого являются местные сообщества и неправительственные общественные организации. Понятие появилось в 1980-х как следствие тэтчеровского и рейгановского видов неоконсерватизма с их вниманием к правам личности и рыночным силам. Главенствующей тематикой, при этом, стало то, что личностные права и обязанности индивида необходимо рассматривать в равновесии с коллективными правами и обязанностями сообществ этих индивидов. Базовой установкой явилось здесь то, что индивиды не существуют в изоляции, а находятся под влиянием социальных и культурных ценностей тех сообществ, в которых обитают. Как общественно-политическое течение, Коммунитаризм в последнее время все чаще попадает под град критики, вызванной прикрытием и оправдыванием ухода правительственных структур от выполнения своих обязательств в решении некоторых социальных вопросов (мол, сами общественники более способны справиться с ними), а также из-за частых передергиваний в отношении целостности ценностей местных сообществ (community values).

### **Сообщество, общность людей, община (Community),**

#### **в т.ч. Местное сообщество (Local community)**

- широкое определение группы людей, четко идентифицирующей себя по отношению к другим группам. Сообщество формируется через общность: географического местоположения, территориальных интересов, демографических и этнических процессов, культурного наследия, или же, если упростить, через желание его

членов быть объединенными. В контексте культурного планирования и развития поселений под «сообществом» обычно подразумевается группа людей - носителей той или иной культурной идентичности и принадлежности, имеющая отношение к физическому пространству их совместной жизни и интеракции - месту.

#### **Анимация местного сообщества (Community Animation)**

- взятый из французского языка термин ("animation socio-culturelle") часто используется в контексте процесса культурного развития местного сообщества. Известно, что во Франции представители творческих профессий и профессионалы культурного сектора, тесно работающие в пространстве местных сообществ, называются их «аниматорами», т.е. теми, кто вселяет в них новую энергию, «пробуждает к жизни». Свою популярность термин обрел в ходе длительных международных дискуссий на эту тематику в 1970-х годах. Он характеризует процесс, в рамках которого рядовые члены местного сообщества вовлечены в творческий процесс выражения и позиционирования местной культуры, создания аутентичных месту культурных форм и продуктов.

#### **Местный («общинный») архитектор (Community Architect)**

- архитектор, реализующий свои проекты по преобразованию общественных благ и, в целом, среды поселения в тесном контакте (путем консультаций, организационно-деятельностных игр и пр.) с рядовыми представителями местного сообщества (жителями и т.д.)

#### **Искусство в среде местного сообщества (Community Arts, Community-based arts)**

- в англосаксонских странах (Британия, Канада, США, Австралия, Ирландия и пр.) - это форма искусства, основанная на деятельности творца (художника, артиста), помещенного в жизненную среду и процесс жизнедеятельности *местного сообщества*; она характеризуется диалогичностью и интерактивностью: профессионал работает совместно с любителями, являющимися рядовыми членами *местного сообщества*, и вместе они создают некий продукт искусства и культуры, нацеленный на исполнение какой-либо специфичной потребности конкретного сообщества (или местного сообщества в целом), либо же творчески решают какую-либо из насущных проблем этого сообщества.

#### **Построение местного сообщества (Community building)**

- скорее прикладное искусство, чем точная наука; включает в себя разработку и применение стратегий и практик совместного (государство + гражданское общество) участия в решении местных проблем; управление изменениями; совершенствование и усиление способностей местных лидеров и функционеров культурного развития, а также способствование эффективному вовлечению во все местные процессы развития всех элементов местного сообщества.

#### **Потенциал местного сообщества (Community Capacity)**

- термин используется для описания способности *местного сообщества* мобилизовать собственных членов на гражданственно-ориентированное разрешение различных вызовов развития данной территории. Это требует сильных институций-посредников (к примеру, организаций *культурного сектора*), способных поддержать процесс решения задач, обретения компетенций и успешного экспериментирования с новыми подходами и стратегиями гражданского развития. Категория отражает как *человеческий* (навыки и знания индивидов), так и *социальный* (традиции и политический выбор по отношению к процессу гражданского участия) *виды капитала*.

#### **Местный («общинный») общественно-политический центр (Community center)**

- место, где могут собираться люди, представляющие различные субсообщества местного сообщества, с целью организации и проведения социальных, образовательных или досуговых мероприятий.

#### **Местный ("общинный") колледж (Community College)**

- двухгодичное средне-специальное учебное заведение, обучение в котором финансируется местными властями и рассчитано на удовлетворение местных нужд в специалистах средней квалификации.

#### **Консультации с местным сообществом (Community Consultation)**

- часто под таковыми понимаются консультации в рамках публич-арт проектов, осуществляемых в открытом публичном режиме (см. **Искусство в среде местного сообщества**). Это означает тесное общение с членами *местного сообщества* на этапе определения того, что они видят необходимым для появления в своей среде. В более широком контексте культурного планирования и развития поселений, консультации – это более активный процесс, который простирается на большее число стадий какого-либо проекта и не является лишь этапом «прелюдии» к более индивидуализированному процессу создания художественных форм. Таким образом, этап предварительных совместных согласований в проектах, реализуемых в рамках *культурного картирования и планирования* и *культурного развития* поселений в целом, остается тем же, что и в частных проектах по публич-

арту или подобным разновидностям искусства. Однако, первый тип проектов включает в себя также и прямые включение, управление и контроль со стороны *местного сообщества*. Как процесс, *Консультирование с местным сообществом* активно вовлекает и использует публично-общественный ресурс в разработке концептуального, организационного и юридического содержания социокультурных проектов, связанных с тем или иным субсообществом, или *местным сообществом* в целом, не ограничиваясь, при этом, одним лишь привлечением и использованием – оно может быть расширено вплоть до прямого вмешательства и контроля со стороны *местного сообщества*. В последнем случае, язык «консультирования» с *местным сообществом* превращается в настоящий инструмент решения проблем местного сообщества при участии его самого.

### **Культура местного сообщества (Community Culture)**

- включает в себя такие формы выражения идентичности, как язык, костюм, кухня, спорт, досуг и все прочее, что можно зачислить и в более узкий термин «искусство». Эти элементы – часть большинства местных сообществ в том или ином виде, и обычно они представляют большую ценность для них. В контексте культурного планирования и развития поселений, часто применяются именно такие, широкие трактовки культуры, охватывающей все многообразие элементов идентичности, и не сводятся к только лишь одним художественным ее аспектам.

### **Развитие местного сообщества (Community Development)**

- комплексный, всесторонний подход к местному развитию, включающий в себя управление изменениями *местного сообщества* на основе вовлечения жителей места в процесс определения того, что в этом отношении может и должно быть предпринято, а также способствование тому, чтобы их участие в достижении конечных результатов данного процесса было исполнено полностью.

### **Культурное развитие местного сообщества (КРМС) (Community Cultural Development (CCD))**

- понятие соотносится с процессом реализации интегральной стратегии культурного развития какого-либо *местного сообщества*. Существенными характеристиками КРМС являются: «широкий» подход к определению культуры и *культурных ресурсов*, межсекторность и междисциплинарность партнерства, интеграция с прочими уже имеющимися системами локального стратегического планирования и политическими механизмами принятий ключевых решений, внимание к внутреннему *потенциалу местного сообщества*. КРМС дает членам *местного сообщества* шанс для самовыражения через культуру и искусство, позволяет им внести свой вклад в поддержание, актуализацию и репрезентацию *местной культурной идентичности*, а также усилить чувство их принадлежности к месту. КРМС не есть форма искусства и культуры, но – их практика. Это означает, что оно – не о самих произведениях искусства и культурных продуктах, а в большей мере – о подходах и процессе их создания. КРМС может включать целый спектр различных специализированных методологий, практик и видов деятельности, часто связанных с тем или иным конкретным проектом. В их числе, к примеру, использование актуальных технологий в сфере «*новые медиа*», или интерпретация традиционных культурных практик с точки зрения иного мыслительного фокуса. В отличие от других видов культурных практик, КРМС предоставляет *местному сообществу* реальную возможность для самовыражения, создания проектов, в которых они могли бы принять самое непосредственное и активное участие и управлять ими. Виды деятельности, которые можно причислить к КРМС, должны обладать следующими свойствами:

- Представители *культурного сектора* работают в тесном контакте с членами *местного сообщества*, которые воспринимаются как активные участники местной культурной деятельности (а как не пассивные представители целевых аудиторий). Кроме того, профессионалы культурной сферы обеспечивают этот процесс своей экспертной позицией и оценкой, отвечая в целом за направления, куда он способен прийти.

- *Культура местного сообщества* находится в процессе самовыражения, изучения, интерпретации, актуализации, репрезентации и в сумме – непрекращающегося развития;

- Члены местного сообщества овладевают новыми навыками и знаниями, остаются открытыми новым вызовам;

- Значимые и видимые социально-экономические изменения в развитии места происходят где-то «вблизи» с тем, что можно было бы назвать результатами деятельности представителей культурного сектора – то есть важно, чтобы эти изменения были вызваны к жизни именно в результате выброса творческих идей, завершения каких-либо значимых культурных проектов, и т.п. Примерами подобных изменений могут быть позитивные перемены в качестве коммуникации и сетевого общения внутри культурного сектора поселения, усиление имиджа культуры поселения на аренах с несвойственным ранее крупным масштабом, быстрое повышение каких-либо творческих или организационных навыков *местных культурных деятелей* (выражаемое через их признание извне), и т.п.

### **Культурное развитие (Cultural Development)**

- те действия *местного сообщества*, которые вносят вклад в поддержание и развитие *культурной жизнеспособности места*. Сфера культурного развития включает в себя полномочия не только в области искусства и проведения культурных мероприятий, но и в области обслуживания *культурной инфраструктуры, проектирования городской среды и городского ландшафта, сохранения накопленного и создания нового наследия, управления парками и рекреацией* и т.п.

### **Картирование местного сообщества (Community Mapping)**

- процесс, используемый во многих аспектах *развития местного сообщества* с целью определения материальных и нематериальных «активов» и ресурсов, в том числе актуальных потребностей и проблем в развитии, имеющихся в данный момент у сообщества. *Картирование местного сообщества* – это технология его визуализации на материальном носителе (текст, таблица, карта, веб-ориентированная база данных). Подход сфокусирован на определении того, что можно назвать *ресурсами и активами местного сообщества* в широком смысле слова, а также дефицитов и барьеров на пути к гармоничному развитию. В контексте культурного планирования и развития мест *картирование соотносится с инвентаризацией тех культурных ресурсов, которые находятся во владении, и использовании данным местным сообществом.*

### **Движение за совершенные местные сообщества (Complete communities movement)**

- понятие, также переводимое как *целостное/сбалансированное/идеально укомплектованное/«зрелое»/«завершенное» местное сообщество*, представляет собой основу для все более набирающего обороты (в зарубежных странах) направления *территориального планирования и проектирования*. Местное сообщество при этом может рассматриваться как в своем пределе (общность всего поселения), так и в его пространственных сегментах (общество района города, микрорайона, квартала, улицы). Цель движения – в создании и воссоздании *местных сообществ*, укорененных в глубоком ощущении своего места, что ведет к их заботливому отношению к своей самобытности и выбору таких подходов к *землепользованию, дизайну среды жизнедеятельности*, в основе которых лежит идея гармоничности и *устойчивости развития места*. Это движение тесно связано с возрождением осознания урбанизма как образа жизни людей, не только в разговорах и мечтах, но и на деле способного привести к сокращению негативного воздействия, оказываемого человечеством на экологический баланс планеты. Таким образом, *Движение за совершенные местные сообщества* является составной частью более широкой рамки – *Нового урбанизма*.

#### Принципы:

*Совершенное местное сообщество* – это такое сообщество, которое поддерживает разнообразие стилей и образов жизни, поощряет разнообразие человеческих интересов и видов деятельности, а также посредством дизайна и переосмысления среды поселения обеспечивает варианты выбора для его альтернативного развития.

*Совершенное местное сообщество* предоставляет варианты выбора для гарантированного доступа к тем или иным объектам, услугам, благам и ресурсам *местного сообщества* (продовольственным магазинам, банкам, ресторанам, школам, клубам по интересам, центрам социального обслуживания), находящимся в разумных пределах пешего доступа.

*Совершенное местное сообщество* предоставляет варианты для развития мобильности: а) посредством дизайнерских решений по поддержке и развитию общественного транспорта и немоторизированных режимов перемещения (типа пеших и велосипедных прогулок); б) посредством популяризации стилей жизни, связанных с сокращением числа и продолжительности автомобильных поездок. Подобные решения не закрывают возможности ездить за рулем – они связаны с разработкой альтернативных, более полезных как для здоровья отдельного индивида, так и для среды поселения в целом, способов транспортировки. Их реализация становится возможной в рамках тщательного анализа и взвешенного интегрального планирования развития поселения.

*Совершенное местное сообщество* предоставляет варианты для жилищного расселения путем предоставления адекватных жилищных условий людям с различным уровнем дохода, различных возрастных групп, а также различным типам домохозяйств.

*Совершенное местное сообщество* предоставляет варианты по обеспечению соответствия между типом занятости и уровнем культурного досуга. Жители совершенного сообщества не испытывают сильных диспропорций между местом своей занятости и местом домашней жизни и отдыха. Совершенное сообщество обеспечивает такие варианты собственного использования, которые придают гармонию людям, живущим в нем.

### **Всестороннее вовлечение местного сообщества (Comprehensive community engagement):**

- только такой процесс *культурного планирования* места может считаться жизнеспособным, какой сумел достичь, как минимум, третьего уровня *вовлеченности местного сообщества*. Всего таких уровней четыре:

Уровень 1: *Местное сообщество* не включено в процесс разработки и реализации местных программ и услуг.

Уровень 2: *Местное сообщество* имеет доступ к дизайну (разработке, оформлению) программ и услуг.

Уровень 3: *Местное сообщество* полностью включено не только в разработку программ и услуг, но и в некоторые *процессы принятия решений* касательно их реализации (к примеру, информирование широких кругов стейкхолдеров и т.п.).

Уровень 4: *Местное сообщество* является лидирующим звеном, центром ответственности как в разработке, так и в практическом внедрении тех или иных программ или услуг.

В последнее время существенную помощь в увеличении уровня вовлеченности *местного сообщества* в процесс *культурного планирования* оказывают современные инструменты, типа *социальных медиа*.

### **Защита (Conservation) наследия**

- процедура, соотносимая с *защитой природного и культурного наследия* от порчи или уничтожения как естественного, так и антропогенного характера. Концепция *защиты и охраны наследия* состоит из нескольких способов сохранения исторически значимых зданий, мест, поселений, артефактов городской среды или исторических документов. Они включают в себя функции управления, поддержки, восстановления, усиления и упрочнения элементов наследия. Более широкое представление о защите наследия подразумевает под собой не только *сохранение и охрану культурных ресурсов*, но и их интерпретацию и включение в повторное использование в рамках достижения *устойчивого развития местного сообщества*.

### **План по защите (Conservation Plan) наследия**

- документирует последовательность шагов, предпринимаемых в рамках процесса *защиты наследия*. В его рамках устанавливается содержание того, какой спецификой обладает тот или иной *ресурс наследия* (будь то место, здание или артефакт), какой вид политики должен быть принят для грамотной работы с этим ресурсом с целью *устойчивого использования* его в будущем. *Планы по защите*, как и *комплексные культурные планы* и стратегии, обязательно должны включать в себя процедуры *вовлечения представителей местного сообщества* в обсуждение содержания планов, выработку конкретных направлений действия и тех эффектов, которые грозят участникам при их возможной реализации.

### **Консультанты (Consultants)**

- отдельные профессионалы или их группы, обладающие специализированным знанием и навыками. Обычно консультант работает независимо или на соответствующую фирму и вовлечен во множественные и постоянно меняющиеся взаимосвязи с различными клиентами. В рамках действия принципа *«вытянутой руки»* *Консультанты* нанимаются извне и не входят в состав организаций государственного сектора, обычно заказывающих работу на выполнение *культурного планирования*.

### **Креативное преимущество (Creative advantage)**

– более высокая степень конкурентоспособности, достигаемая организацией, местным сообществом, городом благодаря своей способности поддерживать креативность и инновационность.

### **Креативный потенциал, способность (Creative capacity)**

– относительная способность организации, *местного сообщества* или города производить идеи, товары, услуги; совокупная сила креативных активов и ресурсов организации, *местного сообщества*, города.

### **Креативные города (Creative cities)**

- в разных частях мира наблюдается тенденция значительного увеличения использования этого термина. Часто его применяют в контексте описания взаимосвязанной последовательности отраслей и видов деятельности, определяющих пересечение понятий *«новая экономика»*, *«информационное общество»* и *«культура»*. В других кругах он используется для описания новых подходов к долгосрочному территориальному планированию и *процессам принятия решений* внутри поселений, как адекватному ответу на вызовы, с которыми столкнулись эти поселения сегодня. Ключевыми составляющими концепта являются:

\* сети, поддерживающие непрерывное образование и инновационное мышление,

\* практики развития места по принципу «снизу-вверх» (признание низовых инициатив),

\* внимание к становлению *креативных культурных индустрий* как лидеров процесса реновации и регенерации постиндустриальных городов.

Частично движение *«Креативные города»* возникло из необходимости критического пересмотра предыдущих стратегий *культурного развития*, сфокусированных на организации, в основном, лишь очень крупных (флагманских) *культурных событий*, возведении флагманских символических построек, при этом, совершенно забывавших, и это доказано, о традиционных сферах искусства, наследия, что чаще всего выливалось в громадные, пустые, недозаполненные персоналом и дорогие в содержании постройки. Один плюс был при этом – когда ты видишь такое сосредоточение ошибок в одном месте, ты будешь больше способствовать скорейшему запуску исправляющего такую ситуацию процесса *джентрификации*.



Креативные города особенно четко подчеркивают рост малого бизнеса в заброшенных объектах инфраструктуры - *браунфилдах* (особенно это распространено в таких сферах как новые медиа, дизайн и новационное искусство). Другие признаки концепта характеризуются:

- \* потребностью в серьезном изучении местного материала,
- \* потребностью в обращении к местному знанию,
- \* необходимостью глубокого понимания образцов местного *культурного производства и потребления*,
- \* необходимостью овладения новыми инструментами планирования и новыми стадиями его процессинга,
- \* переосмыслением территориального развития через призму сетевизации и управления потоками (людей, технологий, данных),
- \* усилением эстетической рефлексии от *таунскейпа* и *стритскейпов*,
- \* представлением о городе как о динамичном, гибком, многомерном «поле», а не о статичной «коробке»,
- \* эволюцией в представлениях о *процессе принятия ключевых решений* в территориях (он должен быть органичным, децентрализованным, распределенным).

### **Креативный, творческий кластер (Creative Cluster)**

– географическая концентрация (часто регионального масштаба) взаимосвязанных индивидуумов, организаций и институций, вовлеченных в сферу *креативной экономики*: искусства, новых медиа, дизайна, отраслей, связанных с производством знания и прочих подсекторов *креативных и культурных индустрий*.

### **Креативная (творческая) экономика (Creative economy):**

- появление концепции *креативной экономики* связано с важнейшим сдвигом в структуре глобализированной экономики – переходом от экономики производства товаров к экономике производства знания, опирающейся на возвращение идей и восприимчивость к *гуманитарным технологиям*, а вслед за ними и инновациям. Она более не воодушевлена верой в позитивную силу сугубо технических инноваций, достижений в промышленности - она идет как бы поверх этого однобокого пристрастия: ее работники находят себя в большем разнообразии отраслей и подсекторов экономического развития, в том числе, в сельском хозяйстве, транспорте, логистике, не говоря уже о собственно гуманитарных областях четвертичного и пятеричного секторов экономики. *Креативная экономика* - это пространство, в котором архитекторы – больше творцы, программисты – скорее гончары, богема – не паразитирующий класс, а важные посредники, или «фильтры» в городских потоках идей, информации, продуктов творчества, а артисты, традиционно призванные лишь развлекать, – творческие предприниматели.

*Креативная экономика* – это пока еще становящийся, развивающийся концепт, его основа – в тезисе о том, что творческие ресурсы, активы действительно способны производить экономический рост и генерировать общее социально-экономическое благополучие мест. Они могут генерировать большой приход инвестиций, создавать новые рабочие места и экспортировать наработанный капитал в решение проблем усиления социальной сплоченности, поддержки развития культурного разнообразия и обеспечения должного уровня человеческого развития.

### **Классификация индустрий креативной экономики по версии Доклада ЮНКТАД ООН, 2008-2010 гг.**

#### **Наследие:**

- \* Традиционные выражения самобытности: искусства и ремесла, фестивали и праздники; и
- \* Места, хранящие традицию: археологические места, музеи, библиотеки, выставки.

#### **Искусства («высокая культура»):**

- \* Изобразительные искусства: рисование, скульптура, фотография и антиквариат; и
- \* Исполнительские искусства: живая музыка, театр, танец, опера, цирк, кукольные представления и т.д.

#### **Медиа («популярная культура»):**

- \* Издательское и печатное дело: книги, пресса и другие издания;
- \* Аудиовизуальные индустрии: кино, телевидение, радио и др.

#### **«Функциональные» виды творческой деятельности:**

- \* Дизайн: интерьер, графика, мода, ювелирные изделия, игрушки;
- \* Новые медиа (программное обеспечение, видеоигры и цифровое творческое содержание); и
- \* Креативный сервис: архитектура, реклама, культурный и рекреационный сервис, креативные НИОКР, цифровые и другие, имеющие отношение к *креативности*, виды сервиса.

### **Креативный, творческий узел (Creative hub)**

– комплекс, состоящий из сети разрозненных организаций, имеющих различную форму собственности и принадлежности, и фокусирующий в себе центр культурной и предпринимательской активности данного сообщества. Узел обеспечивает инновационную основу для одновременного сочетания элементов *«жесткой»* и *«мягкой»* инфраструктуры, обеспечивающих пространственное расположение и процессинговые нужды коммерческих, некоммерческих и общественных организаций из подсекторов *креативной экономики*.

### **Креативный, творческий процесс (Creative process)**

– продолжительный, циклический и многомерный процесс обнаружения, изучения, выбора, комбинирования, улучшения и осмысления в создании чего-либо нового.

### **Креативность (Creativity). Вариант определения №1.**

– способность генерировать что-то новое; творческий продукт, рожденный из инновационной идеи одной или нескольких персон; умственный процесс, включающий в себя создание новых идей/концепций, или новых ассоциаций между уже существующими идеями/концепциями.

### **Креативность (Creativity). Вариант определения №2.**

- способность субъекта создавать не столько новые продукты, а сколько новые схемы и алгоритмы для их создания, и более того - схемы и алгоритмы для этих схем и алгоритмов. Ее антоним – репродуктивность, работа по заданному шаблону, алгоритму.

### **Параметры креативности (Creativity Parameters):**

- способность к обнаружению и постановке проблем;
- способность к генерированию большого количества проблем;
- семантическая спонтанная гибкость – способность к продуцированию разнообразных идей;
- оригинальность – способность продуцировать отдельные ассоциации, необычные ответы, нестандартные решения;
- способность усовершенствовать объект, добавляя детали;
- способность решать нестандартные проблемы, проявляя семантическую гибкость.

### **Межведомственность (Cross-sectorality)**

- в контексте культурного планирования и развития мест термин соотносится с совместно реализуемой управленческой деятельностью, осуществляемой в режиме одновременного подключения разных (и отличных от собственно культурного) секторов экономики поселения: социального, средового и экономического.

### **Культурная анимация (Cultural Animation)**

- синоним процесса *анимации местного сообщества*. Во франкофонных регионах термин употребляется в контексте *культурного развития местного сообщества*. Более тонкая формулировка этого понятия описывает процесс, в рамках которого каждый член *местного сообщества* (или представитель его разнообразных субсообществ) творчески самовыражается в рамках осмысления и актуализации местной культуры.

### **Культурное присвоение (Cultural Appropriation)**

- процесс, в рамках которого представители более привилегированных культурных групп присваивают результаты творчества групп менее привилегированных (более политически слабых, или вообще маргинальных), при этом, полностью извлекая их технологии и артефакты из культурно-исторического контекста.

### **Культурный капитал (Cultural Capital)**

- понятие применяется в литературе двояко. Первая трактовка делает акцент на *культурные активы и ресурсы* какого-либо города или места. Вторая проистекает из работ французского исследователя Пьера Бурдьё, который применял этот термин по отношению к культурному знанию (или культурной компетенции), «растворенного» в сознании какого-либо индивида, профессионального сообщества или целого класса людей.

### **Культурная демократия (Cultural Democracy)**

- термин, соотносящийся с философским и политическим направлением, продвигающим понятия «плюрализм», «совместное участие», «равенство» внутри различных культур и между ними. Несмотря на то, что впервые он возник в ответ на действия Ку-Клукс-Клана в начале 20 века, в профессиональную политическую повестку дня (как политико-управленческий концепт) он вошел после революционных событий конца 60-х годов 20-го века в Европе и Америке.

### **Культурное развитие (Cultural Development)**

- две основных трактовки этого понятия часто пытаются разграничивать. Первая, и наиболее часто употребляемая, определяет *культурное развитие* как развитие *культурного сектора*. Вторая, более широкая по содержанию и более близкая к идеологии *культурного планирования и развития местных сообществ*, представляет *культурное развитие* в качестве важнейшего и необходимого измерения более емкого термина - «человеческое развитие». За эту трактовку борются такие международные организации, как ЮНЕСКО (и другие),

настаивая, при этом, что только включая в себя принципы *культурного развития*, более общее человеческое развитие может достичь своей реальной *устойчивости*.

### **Инструменты культурного развития (Cultural Development Tools)**

Инструменты *культурного развития* – это те непосредственные социокультурные практики и технологии, посредством которых приобретает возможность влиять на изменение культурной ситуации *места*.

Перечень социокультурных технологий (находится в состоянии постоянного обновления, не полон):

- менеджмент музеев и галерей;
- менеджмент современного искусства;
- менеджмент сценического искусства;
- менеджмент *природного и культурного наследия*;
- маркетинг в сфере культуры;
- стратегическое планирование в деятельности организаций культуры;
- менеджмент специальных событий в сфере культуры;
- менеджмент международных проектов в сфере культуры, а также техники взаимодействия с зарубежными партнерами;
- информационный менеджмент в сфере культуры;
- производство и организация коммуникации в сфере культуры, в том числе, в пространстве Web 2.0-3.0 и соответствующих социо-медийных сервисов;
- фандрейзинг, или технологии поиска и мобилизации финансирования;
- управление различными экономико-правовыми и организационными моделями деятельности в сфере культуры и культурного предпринимательства;
- управление коммерциализацией культурной деятельности, капитализацией ее продуктов и особенностях функционирования культурных рынков в современных экономических условиях;
- *культурное картирование* и менеджмент материальных и нематериальных *культурных ресурсов* территории: инвентаризация, статистический учет, оценка, а также практики их гуманитарной интерпретации, актуализации и репрезентации (их можно вынести в отдельные направления);
- геоинформационные технологии в управлении сферами культуры и туризма; ГИС-менеджмент в управлении культурой на уровне муниципального образования, региона; Participatory Online GIS, Open Data, Open Government и Crowdsourcing GIS. Вопросы организации муниципальной статистики социокультурной сферы в привязке к использованию современных социо-медийных сервисов;
- технологии консолидирования и *вовлечения* в процесс культурного развития *местного сообщества*;
- технологии проведения организационно-деятельностных игр и проектно-аналитических сессий;
- технологии пространственного преобразования культурной среды поселений (Public Arts и т.д.);
- технологии создания пространственно локализованных *культурных индустрий и кластеров* – в рамках кварталов, улиц, микрорайонов;
- технологии создания сетевых институтов и инфраструктуры в сферах культуры и *культурного туризма*, в том числе проектирование культурно-туристических объектов;
- технологии создания в среде поселений современных информационно-методических и аналитических общественных центров в сферах культуры и туризма;
- социокультурное проектирование (решение частных проблем поселения и его субсообществ силами культурных инициатив) + техники публичной защиты реализуемых проектов широкой общественности;
- маркетинг и брендинг мест;
- *муниципальное и региональное стратегическое культурное планирование* (с включенным в него культурным картированием).

### **Культурное разнообразие (Cultural Diversity)**

- довольно часто данное понятие используется в качестве синонима к термину «*мультикультурализм*». Как и в отношении *мультикультурализма*, объем термина «*культурное разнообразие*» необходимо разделить на три различных измерения: в качестве описания реальности сосуществования различных социальных и культурных группировок населения; в качестве философии или идеологии плюрализма; в качестве специфичной категории социальной и культурной политики. Важно не путать «*культурное разнообразие*», используемое сегодня в культурно-политических кругах (в рамках подчеркивания важности защиты разнообразия творческого самовыражения), с культурным разнообразием, понимаемым в более широких контекстах сохранения разнообразия традиционных культур, образов жизни цивилизаций и т.п.

### **Культурная экология (Cultural Ecology)**

- концепт был разработан специально в приложение к описанию комплексности и системности культурной динамики человеческих обществ и сообществ. *Культурная экология* – это плотная и взаимосвязанная система, представляющая собой уникальную эволюционирующую комбинацию образовательных, рекреационных, досуговых и публичных элементов окружающей среды поселения (мест коммуникации и интеракции), которые производят творческую и социально-культурную «ткань» места, наполняют ее соответствующими объемом и плотностью. Элементы этой системы обеспечивают необходимый уровень развития инфраструктуры, способствующий пересечению интересов большого числа разнообразных *стейкхолдеров* поселения, представителей местного культурного сектора (продюсеров, артистов, антрепренеров) и рядовых местных жителей (граждан).

### **Культурное равенство (Cultural Equity)**

- термин включает в себе цель существующего в культурных рядах движения (в большинстве своем касающегося представителей «цветных» сообществ), направленную на более справедливое распределение ресурсов между культурными институтами, фокусирующихся на развитии неевропейских культур. Иными словами, задача организации политических действий под эгидой этого концепта состоит, в основном, в пересмотре исторического дисбаланса и коррекции ошибок в отношении возможностей для развития неевропейских культур.

### **Органы управления культурой (Cultural Governance)**

– эта категория соотносится с процессами *принятия решений* в стратегическом управлении и администрировании культурных организаций и институций. В мире существует множество подходов, связанных с разрешением культурно-политических управленческих и административных задач (Кто платит? Кто получает выгоду? Кто решает? Кто ответственен?) на уровне нации, региона, местных сообществ, отдельных организаций.

### **Культурная идентичность (Cultural Identity)**

– эта категория соотносится с теми общими верованиями и отличительными признаками, которые маркируют неповторимость группы людей (или их сообщества) и формируют чувство их принадлежности к ней. Персональный культурный «багаж», или опыт человека – еще один важный источник идентичности. Поскольку различные культуры взаимодействуют и перемешиваются (гибридируются), культурные идентичности могут меняться и эволюционировать. «Гибридность» – термин, используемый для описания этих множественных и перемешанных идентичностей. При этом, этот концепт (гибридная культурная идентичность) испытывает определенные трудности, сталкиваясь с более традиционными представлениями об идентичности – более гомогенными и единообразными.

### **Культурные индикаторы (Cultural Indicators)**

- доказательства, факты, информация, используемые с целью представления проделанной культурной организацией (или *местным сообществом*) работы по *культурному развитию*; характеристики достигнутого ею прогресса по отношению к ранее поставленным целям и задачам.

### **Культурные креативные индустрии (Cultural Creative Industries)**

- термин, определяющий виды деятельности, вовлеченные в создание, производство и распределение культурного содержания (см. *Цепочка добавленной культурной стоимости, Цикл культурного производства*). Это содержание обычно защищается копирайтом и обычно облечено в форму *культурного продукта или услуги*. В некоторых мировых правовых системах, к примеру, в Великобритании, *культурные индустрии* приравниваются к креативным, однако это несколько неверно, т.к. *креативные индустрии* – более широкое понятие, а культурные индустрии являются их компонентой в составе современной *Креативной экономики* (см. *Соотношение Креативной экономики, Креативных индустрий и Культурных Креативных индустрий*).

Считается, что *Культурные Креативные индустрии* включают в свой состав: издательское дело и книгоиздание, звукозапись, индустрию кино и видео, сферу мультимедиа, ремесло и дизайн, архитектуру, рекламу, визуальные и исполнительские искусства, спорт, культурный туризм. Однако вопрос о точной классификации состава отраслей в рамках культурных креативных индустрий открыт и в настоящее время существует несколько подобных моделей, обсуждаемых на уровне ООН. *Культурные креативные индустрии* связаны с интенсивным использованием знания и умственного труда. Они представляют собой быстро расширяющийся источник создания благополучия; это большая зона применения труда в новой экономике, и, как доказано, она является едва ли не главной, если мы говорим о намеренном получении быстрых эффектов от пестования инноваций или использования креативности.

## Соотношение Креативной экономики, Креативных индустрий и Культурных Креативных индустрий (Creative Economy, Creative Industries and Cultural Creative Industries Balance)



- К *Креативной Экономике* относится та часть экономики, в которой людям платят за их изобретательность, творческий потенциал и воображение вне зависимости от конкретного сектора экономики, в котором прилагаются усилия;

- *Креативные Индустрии* – это концентрированное пространство *собственно креативных отраслей креативной экономики*. К ним относятся виды экономической деятельности, которые производят *креативные идеи* и прочие продукты интеллектуального свойства, обеспечивающие высокий рост добавочной стоимости и благосостояния;

- *Культурные Креативные Индустрии* – это подсектор креативных индустрий: виды деятельности, производящие такой продукт (услугу), в основе которого (-ой) лежит ценность культурного самовыражения: символического, художественного, эстетического и пр.

### **Культурная инфраструктура (Cultural Infrastructure):**

- *культурная инфраструктура* может быть определена как набор физических активов или пространств различного вида (использующихся полный/неполный рабочий день, мультифункциональных или служащих одному предназначению, исторических или современных и т.п.), способствующих производству и *потреблению культурных продуктов* (товаров, услуг, видов деятельности), или, иными словами, служащих материальной базой для функционирования учреждений *креативных культурных индустрий*.

### **Типы культурной инфраструктуры (Cultural Infrastructure types)**

- *культурная инфраструктура* (физические постройки, здания, площадные пространства, помещения) может быть: специализированной, комплексной (многоцелевой), а также приспособленной под вторичное использование иным типом назначения. Эта схема также безусловно содержит в себе как очевидные функциональные пространства (сцены, аудитории и пр.), так и дополнительные пространства, часто скрытые от публики (подсобки, помещения за сценой и пр.). В любом случае, все эти пространства служат для творческого процесса создания культурных продуктов: для его прямого проявления, для записи, хранения и воспроизведения его материальных и нематериальных форм.

Имеется также градация по первичным и вторичным пространствам. Первичные пространства и объекты – это те, чья первоочередная функция в непосредственном создании (либо хранении) и транслировании до публики творческих культурных продуктов. Пример: театр, галерея, музей, архив и пр. Вторичные же – те, чье первоочередное предназначение не сфокусировано на искусстве и творчестве, но они инкорпорируют их в себя, используя в дополнительных целях. Пример: образовательные учреждения, библиотеки, общественные центры, религиозные институции.

В рамках *культурной инфраструктуры* также можно выделить следующие типы пространств:

- Совмещенные пространства для работы и жизни – объекты и помещения внутри них, где художник одновременно и работает, и живет, используя при этом соответствующие вещи обоих видов предназначения.

- Выставочные пространства – объекты и пространства внутри них, в которых специально устроен допуск к концентрированному выражению той или иной разновидности культурного продукта (вещи или услуги, либо их комплекса, упакованного под одной концепцией) с целью приобрести новый внутренний опыт от ее постижения.

- Рабочие пространства искусства и культуры – труднодоступные для рядовой публики помещения, в которых находит место процесс профессионального создания/хранения/воспроизведения, изучения и интерпретации продуктов

культуры и искусства. Особой характеристикой этих мест являются профессиональные предметы, при помощи которых реализуется этот процесс.

- Офисные, образовательные, тренинговые, совещательные пространства – также существенные компоненты внутри культурной инфраструктуры. В них происходит процесс администрирования творческим процессом.

### **Культурная рабочая сила (Cultural Labour Force)**

- термин включает в себя 3 широких категории: 1) **творцы**, или создатели *культурного продукта (creators)* – среди них выделяют художников, кураторов (или зрителей за качеством культурного контента) интерпретаторов; 2) администраторов или менеджеров; и 3) технический персонал. Так, в Канаде лишь первая категория улавливается федеральным статистическим органом Statistics Canada путем применения специальной системы опросов Labour Force Survey – сбор данных идет по таким подотраслям, как наследие, библиотечное дело, музеи и архивы, исполнительское искусство, аудиовизуальное искусство, литература и печать. Последний доклад ООН о состоянии мировой *креативной экономики* за 2010 года также не учитывает все 3 категории.

### **Культурный ландшафт (Cultural Landscape), или Culturescape (синтез «культуры» (culture) и «ландшафта» (landscape))**

- форма ландшафта, приобретающая свои очертания, значение и смысл посредством работы различных гуманитарных практик – наблюдения, рефлексии – через осмысление истории, традиций, ценностей и пр., свойственных данному *месту* и его сообществу.

- характеризует культурный подход к пониманию и улучшению всех измерений и аспектов жизни (местного) сообщества. Это средство «вглядывания» в наиболее значимые характеристики среды обитания *местного сообщества* с целью создания целостного портрета этого сообщества. Эти характеристики являются как физическими (возведенное руками окружение, наличие и качество особых символических построек, мест) и нефизическими, или трудноизмеримыми (уникальные истории, кухня, обряды и традиции, и т.п.). *Культурный ландшафт* – это экспозиция множества различных культурных свойств *места* и его людей: природных, институциональных, исторических, научных, религиозных, эстетических и т.п. Это панорама, содержащая в себе визуальную, звуковую, осязательную, обонятельную, смысловую, интуитивную, деятельностьную составляющие повседневной жизни данного *места*. В контексте *культурного картирования культурный ландшафт* – это основной объект изучения.

### **Культурное лидерство (Cultural Leadership)**

- процесс рабочего взаимодействия ответственного лидера с коллегами, задачей которого является способствование достижению заведомо поставленной культурно-ориентированной цели. Обычно это приобретает форму оказания помощи в определении или уточнении целеполагания в текущем планировании, или же мотивирования и выстраивания рабочей структуры, достаточно жизнеспособной, чтобы реализовать намеченное.

### **«Культурные линзы» (Cultural Lens)**

- данная метафора соотносится с процессом выстраивания оценки любого решения, связанного с планированием и развитием *места*, осознаваемого с точки зрения перспективы их влияния на культурную жизнь *местного сообщества*. Изучение местной ситуации сквозь «*культурные линзы*» означает овладение набором таких вопросов и проблем, которые самым тесным образом связаны с индикаторной базой влияния *культурного развития* на социально-экономическое состояние *места* и наоборот.

### **Культурное картирование (Cultural Mapping). Вариант определения №1**

- это первичная стадия процесса *культурного планирования*, основанная на систематической инвентаризации (определении, классификации и оценке) *культурных ресурсов* *места* и его сообщества на основе *совещательного демократического процесса* (см. *совещательное картирование*) и посредством применения ГИС-технологий. Культурное картирование может быть также определено через отношение к двум своим формам: исходную (baseline) and прикладную (applied).

Исходное культурное картирование – это процесс исходной идентификации *культурных ресурсов*, разработки и создания *систематизированной базы данных*, сбора, верификации и обработки первичной информации, а также производства непосредственно географических карт, на ее основе иллюстрирующих масштаб и расположение *культурных ресурсов* в пределах данного *места*, т.е. границ жизнедеятельности данного *местного сообщества*.

Прикладное культурное картирование – это процесс трансформации информации, полученной в ходе исходного *культурного картирования*, в удобный и понятный инструмент, практически применяемый в планировании развития *места* и управлении им (цели: корректировать текущую политику, давать аналитическую основу для формулирования новой). На микроуровне прикладная форма *культурного картирования* – это те упражнения и практики по изучению и осмыслению *культурных ресурсов местного сообщества*, которые

ограничены пространством соседств, улиц, кварталов и микрорайонов. Успешное *культурное картирование* способно обеспечить местные власти таким объемом и уровнем качества информации, которые действительно позволят им по-иному оценить потенциал развития, найти неожиданные смычки и возможности, разглядеть малозаметные детали, пересмотреть текущее состояние стратегии и тактики посредством: применения пространственного и микротерриториального анализа; выработки альтернативных сценариев и решений для городского планирования; создания и продвижения новых партнерств внутри и за рамками традиционно лишь одного культурного сектора – в общем, создать истинную базу для принятия верных решений в пределах всего территориального образования.

«Основой основ» *культурного картирования*, т.е. определяющей стадией в ходе реализации собственно самого *культурного картирования*, является разработка и систематическое наполнение/обновление т.н. *Системы культурных ресурсов* территориального образования.

#### **Культурное картирование (Cultural mapping). Вариант определения №2**

- являясь определяющей характеристикой *муниципального культурного планирования*, *культурное картирование* имеет дело с идентификацией и оценкой как материальных (или вполне измеримых), так и нематериальных (или трудноизмеримых) *культурных ресурсов* какого-либо места.

#### **Культурная методология (политика) (Cultural methodology):**

- видение, принципы, политический контекст, стратегические сценарии и направления деятельности, *индикаторы эффективности* – то, в чем может быть заключено представление о *культурных ценностях* и общих устремлениях местного сообщества, а также то, чем может быть в итоге обоснована и оценена результативность реализуемой *культурной политики*, точность принимаемых политических решений и вариантов выбора стратегий в отношении *культурной жизнеспособности места*.

#### **Культурный план (cultural plan)**

- если схематично, то это документ, содержащий в себе: *культурную методологию (политику)*, плюс детализированный *план предполагаемых программных направлений и конкретных проектов*, плюс *бюджет мероприятий*.

#### **Виды культурных планов (Cultural plans forms):**

- ввиду того, что *культурное планирование* (как технология) пережило несколько этапов собственной эволюции, в мире эмпирически было наработано целое множество вариаций его реализации. В зависимости от этапа, цели, содержание и объем *культурного плана* представлялись по-разному. Так, где-то под *культурным планом* понимали лишь проведенное опознание и оценку *культурных ресурсов*, хотя формально сегодня это даже нельзя назвать *культурным планом* – это всего лишь *культурная карта*. А где-то еще это стало полнокровной стратегией развития всей территории через призму культуры.

В настоящее время тенденция такова, что в отличие от начального периода *культурного планирования* (конец 1980-х), когда оно воспринималось больше как планирование культурных интенций в рамках отдельных общин (соседств, сообществ по интересам и т.п.), современный этап все больше склоняет нас к пониманию его как вполне структурированной формы стратегического развития территории в целом, существенно расширяя, тем самым, свою композиционную сложность и объем и отдавая контроль за собой на более высокий уровень - властным структурам и *местному сообществу*. Название такой формы – *комплексные культурные планы*, или, другими словами, собственно стратегические муниципальные (или региональные) культурные планы

#### **Формы реализации (виды) культурного планирования (в порядке возрастания комплексности):**

- Оценка культурного потенциала сообщества (Community cultural assessment)

Полноценный анализ *культурных ресурсов* и потребностей в *культурном развитии* какого-либо сообщества в пределах *места*;

- Специализированная оценка какой-либо части культурного потенциала места (Specialized arts or cultural assessment)

Детальный анализ какого-либо одного конкретного фактора, влияющего на *культурное развитие* сообщества. Обычно проводится в форме исследовательской стадии в разработке конкретных (не столь масштабных) социокультурных проектов, касающихся одной-двух подотраслей *культурного сектора*;

- Полноценная оценка культурного потенциала сообщества под конкретный заказ местного/государственного спонсора в виде арт-агентства (Comprehensive community or state assessment & specific-agency plan)

Оценка потребностей проводится с «разбегом» до всего *местного сообщества*, но изначальное целеполагание ограничивается заказом конкретной спонсирующей организации – часто таковыми выступают местные или государственные арт-агентства;

- План по развитию сферы искусства местного сообщества (Community arts plan)

План для всего *местного сообщества*, посвященный, однако, развитию лишь одной *отрасли искусства*. В нем затрагиваются вопросы, касающиеся художников, художественных организаций, аудиторий, художественных образовательных центров и т.п.;

- Специализированный культурный план (Specific-issue cultural plan)

План для всего поселения (и всех местных субсообществ), полностью фокусирующийся на какой-либо одной отрасли *культурного сектора* (музейное дело, библиотечное дело, театры и пр.);

- Культурный план по развитию отдельной географической области поселения (Specific-district cultural plan)

План фокусируется на четко ограниченной географической локации, притом она может быть только одна – обычно таковой выступает территория величиной с улицу или квартал, реже – с микрорайон, доходя до городского района;

- Составляющая более общего муниципального или регионального плана (стратегии), связанная с развитием культуры (Cultural component of municipal (regional) general plan)

Эта форма реализуется, когда все, что планируется в рамках *культурного развития территории*, помещается в виде отдельной компоненты в общий план социально-экономического развития (либо же мастер-план) муниципалитета или региона. Культура интегрирована в него в качестве отдельного направления действий;

- Полноценный комплексный культурный план развития всего муниципалитета (региона) (Comprehensive cultural plan)

- Данный вид культурно-планировочной документации соотносится с развитием полного спектра отраслей местного *культурного сектора*, затрагивая, при этом, вопросы не только лишь учреждений и профессионалов в отрасли, но и анализируя культурный потенциал места сквозь призму более широкого подхода – под культурой признаются любые детали образа жизни сообщества. Может принимать форму *Культурных Мастер-планов, Стратегий культурной политики, Планов по развитию места как креативного города, Культурных Стратегических Планов* и т.д. Вариантов названий – масса, но главными характеристиками, при этом, будут оставаться следующие позиции:

- широкое представление о *культуре* (культура не только отрасль учреждений и не только сфера одного лишь искусства, а образ жизни местной экосистемы и вся полнота отраслей *креативной экономики*) и *культурных ресурсов*,

- необходимость образования междисциплинарных партнерских связей,

- внимание к процессу раскрытия и совершенствования *потенциала местного сообщества*,

- потребность в интеграции культурной политики в существующую систему видов *территориального планирования* (генпланы, СТП, отдельные стратегии и программы экономического развития, социального развития, отраслевые стратегии, КИПы и пр.).

В зависимости от географического охвата *комплексные культурные планы* бывают: муниципальными, субрегиональными, региональными и надрегиональными. В мировой практике больше всего реализовано *муниципальных комплексных культурных планов*.

### **Культурное планирование (Cultural Planning)**

- стратегическое и интегральное планирование использования культурных ресурсов в развитии территории и ее сообщества.

### **Цикл культурного производства (Cultural Production Cycle)**

- полезный логический инструмент, применяемый в процедуре анализа базы данных для принятия решений, связанных с той или иной конкретной отраслью или субсектором культурной сферы (например, сферой визуальных искусств, театров, музеев). *Цикл культурного производства* позволяет представлять культурную активность в наиболее функциональных терминах – в виде стадий жизнедеятельности *культурного продукта* – создание, производство, распределение, производство, потребление.

### **Культурные ресурсы (Cultural Resources). Вариант определения №1**

- *культурное планирование* места основывается на широком представлении о его *культурных ресурсах* – таком представлении, которое не ограничивается лишь традиционными отраслями искусства и наследия и креативными индустриями. Такие элементы, как идентичность места, чувство места и качество жизни также обязательно учитываются в определении.

### **Культурные ресурсы (Cultural Resources) Вариант определения №2**

– набор материальных культурных активов, подразделяющихся, в соответствии с одним из вариантов *Системы культурных ресурсов*, на следующие подкатегории:

- ▶ публичные учреждения культуры;
- ▶ некоммерческие организации культуры;
- ▶ креативные и культурные коммерческие предприятия;
- ▶ культурное (или антропогенное) наследие;



- ▶ природное наследие; и
- ▶ фестивали и события.

### **Культурные ресурсы (Cultural Resources). Вариант определения №3**

- Культурные ресурсы бывают легко- и трудноизмеримыми. Первая категория связана с оценкой количественно измеримых компонентов, вторая – с компонентами качественного характера. И в тех, и в других заключена информация о: *культурных объектах, зданиях, инфраструктуре*; элементах *недвижимого культурного наследия* (здания, культурные ландшафты); элементах *движимого культурного наследия* (коллекции); фестивалях и культурных событиях, *культурных индустриях* (коммерческих и некоммерческих), уникальных особенностях места, типа историй, символики, передающейся в традициях, ценностях места и прочем, что составляет неповторимые дух и чувство места.

### **Система культурных ресурсов (Cultural Resource Framework):**

- *культурное картирование* должно выстраиваться на основании последовательной *системы категорий и подкатегорий (таксономии)* местных культурных ресурсов. В мире существует недостаточное количество работ, посвященных исследованиям в этой области. Одной из немногих попыток систематизации культурных ресурсов является работа, проведенная в Канаде для столичной провинции Онтарио. На ее примере Система культурных ресурсов была разбита на 6 подкатегорий:

- Креативные культурные индустрии (Creative Cultural Industries);
- Учреждения и организации местной социокультурной сферы (Community Organizations);
- Здания и пространства (как вне зданий, так и внутри них) (Facilities and Spaces);
- Объекты культурного наследия (Cultural Heritage);
- Объекты природного наследия (Natural Heritage);
- Культурные мероприятия, события, фестивали (Events and Festivals).

Провинция Онтарио стремится создать как можно более четкое и регламентированное представление о культурных ресурсах территорий. Каждая из категорий разбивается до 20 подкатегорий, и т.д. Это необходимо для того, чтобы серьезно облегчить прохождение нормативно-правовых и финансовых процедур, связанных с поддержкой реализации *муниципального культурного планирования* внутри провинции. В разработке Системы непосредственное участие приняли специалисты Федерального статистического ведомства Statistics Canada, за несколько лет до этого создавшие очень важный рамочный документ «Система статистики в сфере культуры Канады» (*Canadian Framework for Culture Statistics*), определивший и закрепивший единое представление об обновленном содержании и структуре *культурного сектора* страны и регионов.

В основании работы, проведенной Statistics Canada, лежит другая важная рамка – *Северо-Американская система классификации видов экономической деятельности* (NAICS), предусматривавшая до этого задел для сбора и агрегации любой муниципальной информации, касающейся предприятий творческой экономики. Разделы «Культурное наследие» и «Природное наследие» были позаимствованы из иной нормативно-правовой системы – *Закона Онтарио о Наследии (Ontario Heritage Act)* и *Закона Онтарио о Планировании (Planning Act)*. Категории, связанные с разбивкой туризма, культурных событий и фестивалей, были взяты из существовавшей ранее министерской *Системы ранжирования туристских дестинаций Онтарио*. Тем самым, Система культурных ресурсов серьезно опирается на ранее разработанные классификационные системы с целью упрощения сбора данных по категориям и подкатегориям, и их легкой конвертируемости в зависимости от целей и задач практического применения.

### **Культурные права (Cultural Rights)**

- Впервые *Культура* была определена в качестве фундаментального человеческого права в 1948 году (Международная декларация по правам человека), затем далее была поддержана в Соглашении о Социальных, Экономических и Культурных Правах, подписанных ООН в 1966 году. Однако несмотря на это, ее статус в качестве фундаментального права человека, был действительно осознан лишь совсем недавно.

### **Культурные практики (Cultural practices)**

- могут соотноситься с языком и совместно разделяемым чувством общей принадлежности к истории, религии или опыту духовного постижения своей сущности; также они означают, нормы (протоколы), регламентирующие все привычные формы проведения жизни (прием пищи, напитков и т.п.), в том числе, и запреты, табу; кроме того, к таковым могут быть отнесены все формы творческого самовыражения.

### **Культурная политика (Cultural Policy). Вариант определения №1**

- описывает совокупность ценностей и принципов, направляющих любую социальную целостность в ее культурных устремлениях и действиях. Культурная политика реализуется управленческими структурами, прежде всего, правительственными (от школ до Агентств культурного развития), но вместе с тем, и организациями из

частного сектора – от корпораций до общественных центров. Культурная политика создает основание для мер, предпринимаемых теми, кто принимает решения, влияющие на культурную жизнь места.

#### **Культурная политика (Cultural Policy). Вариант определения №2**

- в общих словах соотносится с действиями Правительства, имеющих целью усиление или ослабление мер в областях жизнедеятельности, определяемых как культурные.

#### **Культурная политика (Cultural Policy). Вариант определения №3**

- средства, при помощи которых определяются приоритеты и принимаются решения, связанные с развитием культурной жизни того или иного сообщества, региона, страны. Традиционно культурная политика рассматривалась инструментом сугубо правительственных структур. Современное представление о культурной политике более широкое: оно предусматривает, что ею в тех же самых целях может заниматься не только Правительство, но и ряд прочих *стейкхолдеров* места.

#### **Дилеммы культурной политики (Cultural Policy Dilemmas)**

- в разработке любой модели *культурной политики* любой территории необходимо прибегать к важному аналитическому инструменту – однозначным образом ответить для себя на вопросы, сформулированные Ч. Лэндри и Ф. Матарассо в списке 21 стратегических дилемм *культурной политики*, а именно:

##### **Основные дилеммы**

Дилемма 1. *Культура* как сфера искусства или *культура* как образ жизни? (насколько широкий круг областей жизни должна включать в себя *культурная политика*?);

Дилемма 2. *Культурная демократия* или *демократизация культуры*? (Какая из этих политических концепций должна превалировать?);

Дилемма 3. Ценностная и нормативная имманентность или утилитаристская «инструментализация» культуры? (Насколько самодостаточной культура должна выступать по отношению к развитию общества?);

Дилемма 4. Всегда ли искусство – общественное благо - и его роль в обществе зависит от его применения? (насколько нейтральным может быть искусство?);

##### **Дилеммы практического воплощения политики в области культуры**

Дилемма 5. Консультирование с общественным мнением или активное участие населения? (Каким путем должна формироваться культурная политика?);

Дилемма 6. Непосредственный государственный контроль или изоляция от политического процесса? (Как должно распределяться финансирование в области культуры?);

Дилемма 7. Государственная поддержка или развитие рыночной экономики? (Каково оптимальное соотношение между господдержкой культуры и деятельностью в ней частного бизнеса?);

Дилемма 8. Престижные проекты или проекты местного значения? (Куда государство в первую очередь должно направлять свои средства?);

Дилемма 9. Развитие национальных (локальных) особенностей или интеграция в мировую культуру? (В какой степени культурная политика должна ориентироваться на национальную (локальную), а в какой степени на мировую культуру?);

##### **Дилеммы претворения в жизнь культурной политики в целях развития общества**

Дилемма 10. Развитие отдельных сообществ или движение к однородному обществу? (Как должна культурная политика реагировать на проявления самосознания меньшинств?);

Дилемма 11. Культурное многообразие или унификация культуры? (В какой степени культурная политика должна поддерживать культурное разнообразие?);

Дилемма 12. *Культурное наследие* или *современная культура*? (Должна ли культурная политика отдавать приоритет культурному наследию или современным экспериментальным формам культуры?);

Дилемма 13. Ориентация на развитие туризма или на культурные программы, адресованные местному населению?

Дилемма 14. Внешний облик или внутренняя реальность? (Как следует освещать культуру для внутреннего и внешнего восприятия?)

##### **Дилеммы с точки зрения экономического развития**

Дилемма 15. Дотации или инвестиции? (как следует организовывать государственное финансирование?);

Дилемма 16. Потребление или производство? (каким образом государство должно поддерживать производство и потребление продуктов культуры?);

##### **Дилеммы в области управления культурой**

Дилемма 17. Централизация или децентрализация управления в сфере культуры?

Дилемма 18. Прямая непосредственная государственная поддержка или делегирование выполнения этих функций независимым организациям? (кто должен поддерживать организации культуры?);

Дилемма 19. Поддержка искусства как такового или адресная помощь деятелю культуры?

Дилемма 20. Финансирование инфраструктуры или поддержка деятельности в области культуры? (как должны распределяться ассигнования между материальными объектами культуры и культурными программами?);

Дилемма 21. Кто важнее: творческий работник или управленец?

### **Продукты культуры (Cultural Products)**

- то, что является формой творческого культурного содержания, или производится посредством творческой деятельности, например, книги, картины, фильмы, музыкальные альбомы и пр.

### **Культурный сектор (Cultural Sector)**

- представление о сфере культуры, полученное сквозь призму субсекторального деления креативной экономики. Культурный сектор состоит ориентировочно (*классификации могут быть различаться!*) из следующих составляющих

- Киноиндустрия;
- Индустрия радио и телевидения;
- Живые исполнительские искусства;
- Звукозапись;
- Книгоиздание и издательское дело;
- Наследие – музеи, архивы, библиотеки и пр.;
- Визуальные искусства и ремесла;
- Новые или цифровые медиа
- И т.д.

Более подробно о моделях классификации структуры культурного сектора - см. *Креативная экономика и Соотношение креативной экономики креативных культурных индустрий*.

### **Культурные исследования (Cultural Studies)**

- междисциплинарный подход к изучению культуры, имеющий свои корни в таких дисциплинах, как: антропология, социология, история, семиотика, литература, искусствоведение, театроведение, искусствоведческая критика, психоанализ, феминизм, исследования стран Третьего мира и др. (список можно продолжать). Культурные исследования имеют дело с постижением культурных практик, систем культурной репрезентации и коммуникации, а также взаимоотношений культуры и власти в любом обществе.

### **Культурный туризм (Cultural Tourism)**

- визиты персон, находящихся за пределами принимающего *местного сообщества*, которые определяются мотивирующим интересом к культурно-историческим, художественным, научным, образовательным и прочим (в т.ч., стиль и образ жизни) предложениям этого сообщества, или группы институций. Сегодня *культурный туризм* является наиболее быстрорастущим видом туризма в мире; впрочем, и сам туризм, в целом, как отрасль, претерпевает бум, и вскоре, наверняка, превратится в крупнейшую индустрию мира.

### **Цепочка культурной добавленной стоимости (ценности) (Cultural value chain).**

- полезный инструмент для разоблачения тезиса о неэффективности решений в сфере культуры, основанных на структурно-отраслевом подходе к ней (культура как набор отраслей). Производственный цикл *культурной стоимости* определяет культурную деятельность в более функционально совершенных терминах – в качестве взаимосвязанных этапов создания, производства, распределения и потребления *культурного продукта*. Этот подход исключает структурные барьеры и ведомственность.

### **Культурная жизнеспособность (Cultural Vitality):**

- благосостояние *местного сообщества*, выраженное сквозь призму потенциала его творческой энергии, сбалансированности в основных параметрах жизнедеятельности местной культурной экосистемы, разнообразия подходов в смыслах и средствах творческой культурной экспрессии, а также степени реализации *социогуманитарной технологичности* и инновационности;

### **Культура (Culture)**

- как однажды написал британский исследователь Рэймонд Уилльямс, *культура* – это одно из двух трех наиболее сложных слов в английском языке. Любая формулировка, данная ей, будет ненадежной, неполной. Одним из широко цитируемых определений культуры является формулировка ЮНЕСКО (1982), которая рассматривает ее как "целостный комплекс уникальных духовных, материальных, интеллектуальных и эмоциональных черт, характеризующих то или иное общество или социальную группу. *Культура* состоит не только

из искусства и письменности – к ней также относятся способы жизни, базисные человеческие права, ценности, традиции и устои". Всемирная комиссия по вопросам культуры и развития находит полезное различие между двумя сферами культурной политики: первая сфера принадлежит «означаемому» - системе значений и смыслов; вторая рассматривает культуру в качестве «означающего» - в виде символов и процессов через которые значения и смыслы создаются, интерпретируются и реинтерпретируются (UNESCO, 1995).

### Измерения культуры (Culture Dimensions)

- согласно принципам «Повестки дня для культуры на 21 век» (*Agenda 21 for culture*), разделяемых сегодня большим числом муниципальных образований мира, культура воспринимается принципиально широко - как образ жизни человека, что дает право сделать культуру четвертой и интегрирующей опорой в треугольнике устойчивого развития *места*.

Признается, что культура имеет несколько ценностных измерений, в которых выражается ее «имманентность», т.е. *самодостаточность*.

Культура обладает **нематериальным** измерением:

- Пространство взаимоотношений;
- Пространство совместно переживаемых воспоминаний, жизненного опыта;
- Пространство идентичности и символов;
- Пространство разнообразных культурных, религиозных, исторических условий для территориального развития;
- Пространство общих ценностей и норм совместного проживания;
- Пространство сильных идей (проектов) будущего развития территории;
- Пространство всего, что местное сообщество признает значимым и ценным для последующих поколений

В этом измерении культура проявляет себя как образ жизни людей и пространство социальных и семиотических взаимосвязей между ними и местами, в которых они обитают. Наравне с тем, как культура отдельных людей выстроена во многом на основе суммы их жизненного опыта, культура территорий формируется за счет влияния ее истории, географии, характера расселения и землепользования, демографических процессов, качества антропогенной среды в целом. Культурная среда наших территорий включает в себя пути, которыми мы распознаем и осмысливаем свои места, которыми мы связываем себя с ними чувством принадлежности. *Культурное планирование местного развития* помогает нам понять уникальный характер наших мест и нас самих как местных сообществ, а также способствует процессу адекватного выражения чувства гордости за места собственного проживания. Культурными можно назвать места, которые обладают большим осознанием своей символической значимости для людей, часто ярко выраженной в коллективной памяти места, его идентичности и духовной сфере. Такие места содержат в себе различные символические постройки и ландшафтные достопримечательности, выражающие основные особенности *культуры* людей этого места и их идентичности. Часто к таким постройкам и достопримечательностям относят: уникальные комплексные архитектурные решения улиц, кварталов, точки обзора, панорамные места, значимые объекты малой архитектуры, элементы публичного искусства и т.д.

Культура обладает **материальным** измерением:

В материальном отношении под культурой понимают ее элементы как сферы народного хозяйства, как отрасли, состоящей из подотраслей и учреждений. Сегодня это понимание также предельно широко. Сфера культуры теперь – это не только традиции и сохранение наследия, визуальное и исполнительское искусство, теперь это – часть т.н. «*креативной экономики*», со всем возможным пространством структуры ее субсекторов.

В этом измерении культура включает в себя творческие продукты (товары и услуги), производимые как одиночными работниками сферы культуры и искусства, так и целыми сообществами. Помимо творческих продуктов к материальному измерению культуры относятся культурные активы и ресурсы территории – ее культурная инфраструктура, субъекты культуры (культурные институции и отдельные участники) и их инструментарий – то есть все то, что способствует обращению к культурному сектору широких кругов местного сообщества (культурное потребление) и кругообороту этого обращения (культурная активность).

Культура обладает **процессуальным** измерением:

Мы действительно способны производить материальную культуру, которая пропитана нашими культурными устремлениями и ценностями, но это автоматически не означает обратного: произведенная нами культурная продукция необязательно способствует (пере-)оценке и развитию того, во что мы верим, и того, как мы предпочитаем себя вести. Материальная культура - всего лишь регистратор того, во что мы верим в данный момент времени. Если мы хотим видеть культуру своих мест по-настоящему динамичной и жизнеспособной, мы нуждаемся в возможностях для взаимообмена, продолжительной рефлексии и переоценки, актуализации выражения своих культурных ценностей. Это и взаимодействие с другими людьми; это и наши вовлеченность и участие в интеллектуальном и духовном поиске и производстве, которые обращают нас к иным идеям и информации, что приводит к постановке сомнения в значимости текущих культурных ценностей, ответ на которое

(актуализация) приводит к персональному росту, принятию концепций «пожизненного обучения», высокой географической мобильности и межкультурной терпимости.

#### **Культура и качество жизни (Culture and Quality of Life)**

- во многих странах мира нахождение способов измерения и оценки *качества жизни* стало приоритетным направлением исследовательских работ. Существует целое множество различных систем и подходов к тому, как качественно и количественно систематизировать социальную, физиологическую, физическую и экономическую компоненты этого понятия. До недавних времен (начало 21-го века) культура редко входила в состав подобных изысканий. Однако теперь расширительные трактовки культуры и ее роли в территориальном развитии, вкуче с детализацией и уточнением состава *креативных культурных индустрий* как драйверов новой экономики, приводят многие исследовательские центры мира к необходимости пересмотра старых моделей качества жизни. *Индикаторы культуры* становятся неотъемлемой частью подобных систем, более того, появляются новые, более емкостные, интегрирующие производные от понятия «качество жизни», например «культурное благосостояние» или «культурная жизнеспособность» мест и их сообществ.

#### **Регенерация мест, осуществляемая через культуру (Culture-led regeneration).**

- процесс, принадлежащий, направленный на «возрождение» социально-экономического состояния территории и связанный со стимулированием и поддержкой ее обновления, прежде всего, через культурные инициативы и проекты. Они могут быть связаны с деятельностью по созданию новых художественных форм, преобразованию культурной среды места, возникновению новых предприятий в местном культурном секторе и т.п.

## **D**

#### **Демократизация культуры против Культурной демократии (Democratization of Culture vs. Cultural Democracy)**

- *культурная демократия* делает ставку на плюрализм, участие и равенство как между культурами и той культурной продукцией, которую они производят, так и внутри них. *Демократизация культуры*, напротив, больше соотносится с донесением до широкой публики какого-либо одного набора культурных традиций и форм культурного самовыражения (обычно речь идет об идеалах и принципах европейского «высокого искусства»).

#### **Лица, принимающие решение (Decision makers)**

- лица, делающие выбор из нескольких альтернативных вариантов решения по определенному правилу или в соответствии с собственными интуитивными ощущениями; обычно термин используется для обозначения лиц, имеющих право самостоятельно принимать определенные решения, в отличие от лиц, подчиняющихся решениям руководства. В контексте культурного планирования и развития поселений, таковыми лицами могут выступать: ответственные менеджеры программ или проектов в соответствующих органах власти; члены федерального, регионального или местного парламента; ответственные за реализацию программ и проектов в прочих организациях местного сообщества, имеющих отношение к процессу.

#### **Совещательное картирование (Deliberative mapping)**

Общий термин для синонимической группы видов *картирования*, обозначающей процесс совместного создания карт, при котором происходит соединение носителей экспертного знания с множеством авторов-любителей, имеющих отношение к объекту *картирования*. *Совещательное картирование* известно также под наименованиями: «совместное картирование» ('collaborative mapping'), «соучастное картирование» ('participatory mapping') или «геоколлаборация» ('geocollaboration').

Соучастие и совещательность в работе могут проявляться в режиме реального времени, либо же асинхронно, с задержками на период от нескольких часов, дней и даже недель. Диалог получается как вербальным, так и графическим; участники работают либо совместно за одной и той же рабочей станцией, либо же удаленно за разными станциями, но, при этом, за одним и тем же участком приложения или его модификации.

В контексте культурного планирования и развития поселений, *совещательное картирование* является одной из важнейших содержательных характеристик *культурного картирования* и определяющей формой его осуществления. Таким образом, можно утверждать, что *культурное картирование* – это аудит культурных ресурсов поселения, осуществляемый через *совещательное картирование*.

#### **Разнообразие (Diversity)**

– персональные отличительные, или уникальные, характеристики и качества, заключенные в форме творческой занятости, расовой, половой, цивилизационной и религиозной принадлежности, возрасте, весе,

дисфункциях организма – во всем, что проявляет разнообразие и уникальность как людей, так и соотносимых с ними вещей; категория также может быть применена к группам людей, организациям и компаниям.

## E

### **Экологически устойчивое развитие (Ecologically Sustainable Development)**

- такой режим использования, сохранения и усиления имеющихся у местного сообщества ресурсов, когда экологическим и средовым процессам, от которых зависит сама жизнь сообщества, уделяется достаточно внимания, а качество жизни в перспективе будущих поколений может быть реально улучшено.

### **Экономические индикаторы, результаты и последствия (Economic Indicators, Outcomes and Impacts)**

- в контексте культурного развития и планирования мест, термин обозначает количественные измерители прямых экономических эффектов, оказываемых процессами в сфере культуры на развитие *местного сообщества*. Традиционно измерение подобных эффектов производилось в рамках линейно высчитываемых результатов, типа количества людей, косвенно или напрямую вовлеченных в активность культурного сектора, или количества денег, сгенерированных туристическим потоком, и т.п. Однако, ближе к сегодняшнему дню становится очевидным, что культурная активность стала ключевым фактором в *качестве жизни* мест и их сообществ, и потому одними лишь прямыми экономическими индикаторами обойтись уже не получается – в свою силу вступает оценка косвенных, непрямых эффектов, трудно выражаемых в традиционном экономическом отношении.

### **Эндаумент-фонды (Endowment funds)**

– эндаумент-фонды – это целевые фонды, образуемые и наполняемые за счет благотворительных средств доноров, при этом, на свои цели они тратят, главным образом, не пожертвования доноров, а инвестиционный доход от сформированного донорами капитала. В отношении сферы культуры таковыми фондами выступают институции, предоставляющие свои средства в качестве грантов для поддержки инициативных проектов и программ в подотраслях культурного сектора.

### **Евроцентризм (Eurocentricism)**

- понятие соотносится с системой политических взглядов, которые поощряют превосходство европейских культурных жизненных норм, ценностей, а значит также и идей, и людей. Европейская культура рассматривается, при этом, в качестве движущей силы мирового исторического процесса, минимизируя вклад в него других цивилизаций и культур.

## F, G

### **Джентрификация (Gentrification). Вариант определения №1.**

- сравнительно недавно наметившийся процесс возрождения центральных частей целого ряда городов Запада. Это реконструкция отдельных кварталов городов, интересных с исторической точки зрения, или обладающих преимуществами с точки зрения экологии (районы около парков и скверов), с последующим поселением здесь состоятельных людей вместо проживавших тут раньше бедняков.

### **Джентрификация (Gentrification). Вариант определения №2.**

- реконструкция и обновление строений в прежде нефешенебельных городских кварталах либо согласно программе запланированного городского восстановления, либо в результате решений, принимаемых сверху "беловоротничковыми" профессионалами и управляющими. Независимо от того, запланирована или не запланирована джентрификация, беднейшие секторы общины часто переселяются, а их потребности не принимаются в расчет.

### **Гринфилд (Greenfield)**

Термин, используемый для описания нетронутой хозяйственной деятельностью земли в черте города или сельской местности, которая пригодна как для занятия сельским хозяйством, или оснащения ее ландшафтным дизайном, так и для того, чтобы остаться нетронутой для сохранения своих естественных активов.

### **Грейфилд (Greyfield)**

- Неологизм, синтез понятий *гринфилд* и *браунфилд* означающий экономически вышедшую из употребления, снятую с эксплуатации, либо поврежденную и отмирающую площадь земли, занимаемой недвижимым имуществом (преимущественно коммерческого типа). Термин возник для описания бывших ранее в прекрасном состоянии, но пострадавших от недостатка реинвестирования и вышедших из употребления больших региональных моллов, центров оптовой торговли и пр. В отличие от браунфилдов, состояние пустокоробочных грейфилдов не столь ужасно и не требует от нового инвестора столь капитальных вложений ввиду сохранности элементов окружающей инженерно-транспортной инфраструктуры и отсутствия серьезных проблем с экологией.

## Н

### «Жесткая» инфраструктура (Hard infrastructure)

– измеримые элементы городской формы – рабочие и жилые пространства, галереи, театры, кафе, улицы, *публичные пространства* – все то, что комбинирует функциональность, эстетику и символику и создает каркас для последующей реализации вдохновения, экспрессии и социальной интеракции. Наделенные сочетанием смыслов, опыта и действий, эти места показывают себя в качестве аутентичных, проницаемых и многообразных «вместилищ жизни» всех форм креативной деятельности.

### Наследие (Heritage)

– комплексный термин, трактуемый в широком значении как природное и человеческое (культурное) наследие того или иного *местного сообщества*, формирующее его *идентичность*. Наследие может быть разделено на подкатегории: *культурное наследие* (продукты жизнедеятельности человечества), *природное наследие* (продукты экзо- и эндогенных геосферных процессов, а также взаимодействия человека с естественной окружающей средой), *материальное наследие* (физические объекты, включая постройки сферы искусства и обыденные ежедневные здания) и *нематериальное наследие* (включая фольклор, верования, традиции, языки, идейные позиции и установки).

### Ресурсы наследия (Heritage resources)

– ресурсы различных типов (природные, культурные, материальные, нематериальные), имеющие ценность *наследия* для какой-либо социальной группы или всего *местного сообщества*. Схема категоризации *ресурсов наследия* представлена на **Рис. 1**.

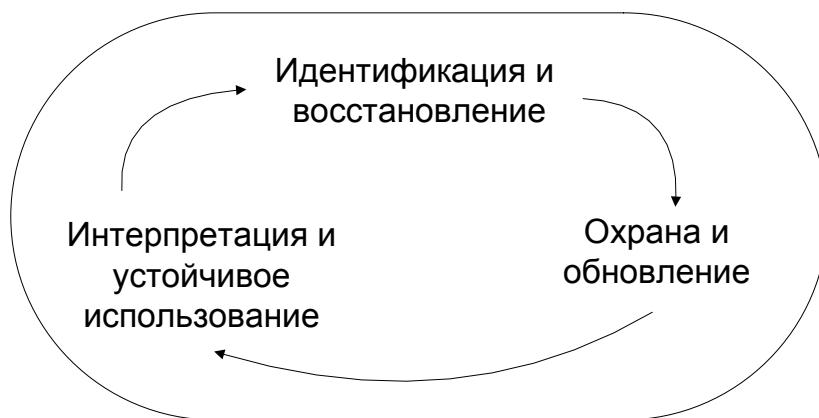
**Рис. 1.** Категории *ресурсов наследия*



### Защита наследия, или цепочка ценности наследия (Heritage Conservation (or Heritage Value Chain))

– полное представление о защите наследия допускает, что этот процесс (см. **Рис. 2**) является интегральной совокупностью следующих этапов: идентификация и восстановление, охрана и обновление, интерпретация и устойчивое использование. Защита наследия не должна быть «вещью в себе», она обязана вносить вклад в обеспечение устойчивого развития *местного сообщества* и поселения. *Цепочка ценности наследия* – это своего рода эквивалент *цепочки культурной ценности*. Ее применение полезно в преодолении межведомственных барьеров, сковывающих взаимодействие в управлении различными подкатегориями *ресурсов наследия*.

**Рис. 2.** Процесс защиты наследия



### «Высокое искусство» против «Популярной (массовой) культуры» (“High Art” Vs “Popular Culture”)

- это давняя традиция в *культурной политике* – проводить серьезное различие между некоммерчески-ориентированным «высоким искусством» (классическая музыка, балет, опера, драматургия, поэзия, литература, визуальные искусства, некоторые отдельные категории кино и пр.) и более ориентированной на коммерцию «популярной культурой» (современная музыка, киноиндустрия, радио, журналы и т.п.). Тем не менее, сегодня критики начинают выравнивать эстетические различия между ними, аргументируя, что «популярная культура» может быть не менее богатой, сложной и выразительной, чем «высокая».

I

### Натуральное обеспечение (In-Kind Support)

- некоторые виды деятельности, осуществляемой в рамках инициатив по *культурному развитию местных сообществ*, не могут быть реализованы без доступа к свободным ресурсам финансового, трудового или прочего характера. Такой их свободный доступ именуется «натуральным обеспечением», поскольку он представляет некоммерческий способ спонсорской поддержки. Организации, ответственные за предоставление грантовых средств, а также прочие спонсоры всегда интересуются у реализующей проект команды, есть ли у нее такой тип поддержки.

### Инновация (Innovation)

– открытие (или создание) оригинальных идей, товаров, услуг, способных открывать новые грани полезности.

Часто под категорией подразумевается создание продукта, имеющего коммерческое применение и/или способного быть представленным продавцу, покупателю и целой целевой группе покупателей; если коротко – это результат процесса создания и реализации на практике до уровня продукта какой-либо творческой идеи.

### Межкультурализм (Interculturalism)

- концепция, добавляющая новое измерение (или новое качество) практике управления культурно различающимися сообществами людей. Вдобавок к традиционным принципам не-дискриминации, равенства возможностей и права на представление и поддержку своей собственной культуры, межкультурализм говорит о выстраивании взаимного доверия, только в рамках которого и возможны долгосрочные позитивные взаимоотношения разных культур, смешанных в едином публичном пространстве. Также *межкультурализм* – об усилении эффективности публичных услуг, достигаемом включением в них большей культурной чувствительности и учета необходимости к адаптации. Наконец, *межкультурализм* – о выработке социального согласия и предотвращения любых форм дискриминации путем поддержки более позитивно настроенного общественного мнения к вопросам культурного разнообразия (через различные публичные медиа-дискурсы и специально разработанные кампании). *Межкультурализм* – больше о «мягкой» стороне (*software*) интеграционных технологий, в противовес стороне «твердой» (*hardware*), означающей интеграцию через решение вопросов устройства на работу, приобретения жилья, получения услуг по поддержке здоровья и т.п.).

Межкультурализм тесно связан с понятием *межкультурного диалога*, как оно определяется в соответствующих официальных программных статьях Совета Европы.



## Ж, К

### **Знание как продукт (Knowledge product)**

– логистически выстроенные знание и практический опыт, которые с успехом сформулированы, локализованы, зафиксированы и распределены в четко определенной форме (техническое руководство, подкаст, сайт и т.п.). Приведенное в систему и распределенное среди персонала, руководства, клиентов и партнеров знание – ценный стратегический актив, который может использоваться для усиления производительности и эффективности чего-либо.

## L

### **Городская «жизнепригодность» и пригодные для жизни города (Livability and Livable Cities)**

- концепция «пригодности для жизни» достаточно широка и вмещает в себя очень многие (если не все) аспекты *территориального планирования и управления*, связанные с созданием безопасного, легкодоступного и вовлекающего в себя участие многих граждан средового окружения, причем, вне зависимости от различий людей по уровню дохода, полу, возрасту, этнической принадлежности, социальным или физическим дисфункциям. Вопросы безопасности, доступности и реального участия в развитии места очень взаимосвязаны и сильно влияют на то, как люди относятся к *месту*, где они живут. Подходы к этим вопросам и сама необходимость в них будут существенно отличаться от одного сообщества к другому в зависимости от *места* его нахождения в пределах города.

### **Местное сообщество (Local Community):**

- в контексте культурного планирования и развития поселений этот термин принципиально жестко соотносится с какой-либо географической областью, для которой и разрабатывается *культурный план*, а также, соответственно, и с теми разнообразными локальными сообществами, которые ее населяют. Учет пространственно-регионального аспекта существенен, в частности, при рассмотрении вопросов взаимоотношений с прочими аспектами территориального развития, типа промышленного развития, обеспечения доступа к объектам *инфраструктуры*, в т.ч. *культурной*, реализации совместных с федеральными и региональными институтами проектов развития и т.п. В контексте культурного планирования и развития поселений термин «*сообщество*» (см. *выше*) также включает в себя субсообщества, объединенные по какому-либо признаку или интересу (например, по возрасту, этнической принадлежности, классу и т.п.). Таким образом, *культурное планирование* опирается на признание и поддержку идеи разнообразия различных субкультур и субсообществ, формирующих интегральное сообщество *места*; оно не должно ориентироваться на интересы лишь одних доминантных субкультурных групп.

### **Агентства по местному (культурному) развитию (Local (Cultural) Development Agencies)**

- государственные или частные агентства, общественные группы или государственно-частные партнерства, специализирующиеся в продвижении культуры через тренинги, совместное пользование инфраструктурой, повышение управленческого потенциала и пр. В зарубежных странах данные агентства успешно проявляют себя в связывании местных представителей бизнеса с культурными продюсерами и *деятелями культуры* (такой конгломерат называется «*культурным кластером*»), а также в помощи по нахождению рынков для произведенных ими *культурных товаров и услуг*. Используемые при этом стратегии работы ориентированы на увеличение активности и *устойчивости развития* местного культурного сектора.

## M

### **Система мониторинга (Monitoring System)**

- процедуры сбора и обработки данных, предназначенные для поддержки ранее разработанных и внедренных практик по *оценке эффективности* деятельности какого-либо субъекта.

### **Мультикультурализм (Multiculturalism)**

- в зарубежных странах эта концепция используется по отношению к трем (их часто путают друг с другом) различным аспектам: как описание многонациональной структуры населения; как философия или идеология, ставящая во главу угла плюрализм в качестве определяющей и благотворной ценности общества; как четко артикулированная и хорошо разработанная политика государственного управления в сфере культуры на различных уровнях власти.

#### **Муниципальное культурное планирование (Municipal cultural planning). Вариант определения №1**

– процесс, проистекающий на уровне муниципалитета, представляющий собой систематическое распознавание и оценку существующих культурных ресурсов, и последующую интеграцию культуры во все аспекты процесса принятия стратегических решений о развитии поселения.

#### **Муниципальное культурное планирование (Municipal cultural planning). Вариант определения №2**

– технология реализации местной культурной политики силами самого муниципалитета (органы управления + стейхолдеры) через детальную инвентаризацию и интерпретацию собственных широко понимаемых культурных ресурсов («культурное картирование»), а также разработку, принятие и реализацию стратегического плана культурного развития поселения на срок от 3 до 10 лет.

#### **Муниципальный работник культурного сектора (Municipal Cultural Worker)**

– муниципальный служащий, ответственный за администрирование различных аспектов культурного развития места, включая элементы политики, программирования и планирования, оказания услуг населению и посетителям территории.

## **N**

#### **Культурное развитие соседств, кварталов или микрорайонов (Neighborhood Cultural Development)**

- см. *Культурное развитие местного сообщества*. *Культурное развитие соседских сообществ* привносит элементы культурной активности и культурного участия на расстояние ближайшей доступности до дома; оно связано с поиском и выстраиванием тесного чувства сплоченности (идентичности) среди людей, обитающих в смежном очерченном границами соседства географическом пространстве. Культурная деятельность может включать составление (и воспроизведение локальных историй и мифов, составление пешеходных туров по символическим местам соседства, проведение церемоний празднования: фестивалей, музыкальных или театральных представлений и т.д. с обязательным участием рядовых жителей. Обычно данная практика сильно опирается на техники культурной анимации.

#### **Новая экономика (New Economy)**

- в отличие от «старой экономики» индустрий, основанных на эксплуатации природных ресурсов и промышленном производстве, «новая экономика» основывается на росте технологий, взаимобмене информацией, ставкой на человеческий капитал, с последовательной реструктуризацией требований, предъявляемых к таким понятием, как «ресурсы», «время», «социальное», «труд», «образование» и т.п.

#### **Новые Медиа (индустрии) (New Media (Industries))**

- продукт или услуга, предоставляемая новыми медиа – это то, что комбинирует элементы компьютерных технологий и телекоммуникаций, а также такого вида контента, который и производится, и потребляется в интерактивном режиме между всеми участниками процесса (производителями, посредниками, пользователями). Новые медиа содержат очень высокий уровень интерактивности и возможность выбора для конечного пользователя уровня качества и формы потребления культурной продукции. Веб-сайты – один из характерных примеров новых медиа, т.к. с одной стороны они представляют доступ к себе через использование телекоммуникационных технологий, а с другой – предлагают разнообразие форм представления информации, включая текстовую, аудиальную, визуальную и прочие.

## **O**

#### **Измерение результатов и последствий (Output and Outcome Measurement)**

- процедура оценки результатов и последствий какой-либо проектной деятельности, производимая в сравнении с ее целями и задачами. Фокусировка на результатах отличается от фокусировки на эффектах и последствиях в том отношении, что первые связаны с предоставлением лишь конкретной индикаторной информации, служащей фактическим доказательством, что процесс завершен, вторые же больше говорят о качестве и смысле достигнутого. Текущий тренд в управлении территориальными процессами, в частности, процессами, происходящими в культурном секторе, - в том, что от измерения результатов все постепенно переходят к измерению последствий.

## **P**

### **Партисипативные (совместные) методы исследования (Participatory Research)**

- подход к изучению и реализации процесса социальных изменений, довольно часто применяемый в случаях работы с угнетенными в своих гражданских правах людьми. Смысл подхода - в его вызове традиционным способам и методам получения социального знания, право на которые рассредоточены по устоявшимся научным школам и институциям. Вместо отчуждения предмета исследования от самих исследователей, он вкладывает сбор необходимого социального знания в руки тех, кто является фокусом этого исследования

### **Измерение эффективности (Performance Measurement)**

- управленческий инструмент, посредством которого производится оценка эффективности работы организации: результаты сверяются с целями, задачи – с направлениями деятельности, направления деятельности и вложенные ресурсы – с достигнутыми долгосрочными последствиями. При этом, качественная сторона этого инструмента связана с характеристикой достигнутой эффективности в описательной форме (путем сбора мнений, предположений, аналитических замечаний и т.п.). Количественная сторона связана с нахождением цифровых закономерностей и вычислениями.

### **Место (Place)**

- им можно назвать многое: от крупной области, например, города, до пространства небольшой территории, ограниченной зданием, или группой зданий, или группой нескольких элементов ландшафта.

### **Культурный туризм, основанный на признании ценности места (Place-based cultural tourism):**

- идентифицирует и затем капитализирует уникальный культурный характер и чувство *места*, создающие различие одного *места* от другого. Это стратегия, благодаря применению которой регионы, города и поселки создают, сохраняют и устойчиво используют свои потенциальные и актуализированные *культурные ресурсы*.

### **Планирование, основанное на признании ценности места, или Подход к планированию, основанный на роли места как платформы для межсекторной интеграции (Place-based planning)**

– *культурное планирование* делает переход со ставки на структурно-ведомственный подход (деление на музейную сферу, театральную и пр.) на иной подход, при котором *место* становится основой для интеграции разрозненных элементов уникальной *культурной идентичности местного сообщества* и соответствующих структурных сфер управления развитием поселения. К сожалению, во множестве *мест культурные планы* пока еще только начинают использовать более интегральные подходы к проектированию и построению их среды.

### **Создание места (Place-making). Вариант определения №1**

- процесс *вовлечения* представителей *местного сообщества* в усовершенствование или оживление существующей (часто находящейся в состоянии заброшенности) среды своего поселения – конкретных мест и пространств. Реализуемые в общей связке между местными правительственными структурами, бизнес-сообществом и рядовыми жителями действия способны создать общую рамку для проектных решений, позволяющих преобразовать существующие публичные пространства посредством небольших по масштабу, краткосрочных и «низовых» проектов – например, в области рационализации транспортного трафика, улучшения пешеходных зон или изменения уличной обстановки. Государственные или частные попытки «создания»/трансформации места могут найти себя в проектных решениях, которые фундаментальным образом преобразуют уличную жизнь тех или иных соседств, сделают их среду более гармоничной, а экономику – жизнеспособной.

### **Создание места (Place-making). Вариант определения №2**

– интегрированный, преобразующий процесс, связывающий творческие и *культурные ресурсы* с построением аутентичных, динамично и устойчиво развивающихся поселений и их *местных сообществ*.

### **Сохранение (Preservation) наследия**

- в контексте культурного развития и планирования мест термин часто используется в качестве синонима понятию «защита» (*conservation*). Для большинства людей сохранение – протекционистская мера, делающая недостаточный упор на творческое переосмысление и ответственное использование *ресурсов наследия*. Специалисты же используют это слово в расширительном толковании (см. *Защита наследия, или цепочка ценности наследия*), включающем в себя вопросы, связанные с более широким набором условий (административных, экономических, законодательных, политических и социальных), опосредующих реализацию *сохранения наследия*.

### **Превентивная защита (Preventive Conservation) наследия**

- состоит в непрямым действиях по замедлению или предотвращению урона, наносимого *ресурсу наследия* путем создания оптимальных условий по его социальному применению. Зачастую это контрастирует с физическим

*сохранением наследия*, которое состоит в прямых действиях по физическому ремонту *ресурса наследия*, возвращению ему вида, утраченного в ходе изнашивания.

#### **Процесс (Process)**

- в рамках культурного развития местных сообществ под процессом понимается то, что включает в себя соответствующий уровень *вовлечения местного сообщества*, процедуры управления и контроля за ходом реализации. Каждый вид деятельности и каждое *местное сообщество* нуждаются в уникальном содержании Процесса: он должен быть адаптирован к специфике проблем, желаний и запросов, поступающих от его аудиторий. Также важно понимать, что в ходе *культурного развития местных сообществ*, процесс не может быть представлен в единственном числе – одновременно их всегда множество.

#### **Программа (Program)**

- разновидность стратегической работы в рамках *культурного развития и планирования местных сообществ*, характеризующаяся большей композиционной сложностью, повторяемостью и трудностью нахождения контрольных точек.

#### **Проект (Project)**

- в рамках культурного развития и планирования местных сообществ это одноразовое действие, направленное на решение проблем в поселении и имеющее четкие границы начала и конца исполнения. План проекта включает в себя четко определенные индикаторы того, что есть цель, задачи, направления деятельности и результаты, а также в нем содержится детальное описание того, каким образом в его исполнении будут принимать участие задействованные партнеры.

#### **Охрана (Protection) наследия**

- в законотворческих терминах *сохранение наследия* – действие, необходимое для обеспечения условий, требуемых сохранения в первоначальном виде для таких *ресурсов наследия*, как, например: монумент, историческое капище или место стоянки древних людей. Термин связывают с физической *охраной* подобных мест с целью их обезопасивания от актов вандализма или стихийных воздействий. Пример: буферные зоны, существующие у всех мест, представляющих историческую ценность. Законодательная *охрана наследия*, основанная на нормативно-правовых актах и процедурах, гарантирует защиту против любого вредоносного воздействия, обеспечивая руководством к действию охранные институции и наделяя их карательными санкциями. Физическая *охрана* включает в себя, в том числе, достройку крыш, отвесов и укрытий, а также удаление объекта в закрытые помещения для большей безопасности.

#### **Публика, общественность (Public)**

- группа лиц, объединенных лишь общим интересом или заботой

#### **Публичное пространство (Public space)**

- пространство, к которому и в котором все граждане имеют равное право доступа. *Публичное пространство* соседствует с *частным пространством*, т.е. таким пространством, где действуют правила частной собственности. Центральным моментом в этих правилах является право владельца исключать посторонних ему людей из процесса пользования пространством. *Публичное пространство*, напротив, открыто для всех. Архетипами *публичного пространства* являются площадь, улица или парк – места, используемые для публичных собраний, обсуждений, вынесения общих для всех людей решений. Кроме того, может быть выделена отдельная категория «*на половину публичное пространство*», типа аэропорта или университета.

## **Q**

#### **Качественные первичные данные (Qualitative Evidence)**

- информация описательного, рефлексивного или сюжетного характера, обычно собираемая путем фокус-групп, дискуссий формата «круглый стол», этнографических исследований или опросов с открытыми вариантами ответов. Качественные измерения требуют суждения для интерпретации полученных данных; без этого их значение и смысл не очевидны.

#### **Качество жизни (КЖ) (Quality of Life (QOL))**

- категория включает в себя целый спектр факторов, влияющих на *жизнеспособность сообществ*, в которых люди проводят свою жизнь, наполняя ее различным смыслом. Исследования доказывают, что не те местные экономики успешны, которые служат в виде предпосылки для должного качества жизни, а те, в которых само *качество жизни* – такая предпосылка. Сегодня разработано множество способов анализа и измерения *качества*

жизни, но к сожалению практически все из них больше связывают *качество жизни* с проблемами здоровья, оказания социальных услуг, образования, уделяя, при этом, недостаточно внимания особенностям и формам проведения культурной жизни, уникальным свойствам *местной культуры*.

#### **Количественные доказательства (Quantitative Evidence)**

- данные или информация, способные быть выраженными в виде чисел, количественных значений, статистических категорий.

### **R**

#### **Регенерация (Regeneration)**

- этот термин – о синтезе традиционной мотивации экономической деятельности и установки на достижение социального благополучия. Вопросы регенерации зачастую связаны с вопросами экономического, среднего и социального возрождения угасающих улиц, кварталов, микрорайонов, городов или регионов, восстановления их способности к росту и самообновлению, включая обязательный акцент на концепцию их *устойчивого развития*.

#### **Восстановление (Restoration) наследия**

- этот термин имел несколько прочтений в прошлом. Наиболее часто принимаемым было определение, связанное с возвратом объекту его первоначального вида (или формы). Целью *восстановления* являлась не только *защита* целостности *ресурса наследия*, но и обнаружение его *культурной ценности*, как и улучшение читаемости его изначального замысла. Целью современного *восстановления* является открытие оригинального состояния *ресурса наследия*, вне зависимости от ограничений, возникающих от существующих материалов-носителей – и это отличает ее от прошлой цели вернуть утраченное путем повторного отстраивания утраченной формы.

### **S**

#### **Социальный аудит (Social Auditing)**

- средство *оценки* социальных *последствий* деятельности каких-либо организации, сообщества или территории в сравнении с поставленными перед ней целями и стратегическими установками *стейкхолдеров*.

#### **Социальные преимущества, выгоды (Social Benefits)**

- понятие соотносится с любыми положительными *последствиями* какой-либо целенаправленной деятельности, которые продвигают и улучшают *качество жизни* для всего *местного сообщества*.

#### **Социальный (или гражданский) капитал (Social (or Civic) Capital)**

- понятие соотносится с целым спектром *индикаторов*, способствующих описанию состояния здоровья социальной ткани *местной жизни*. Этот термин применяется для подчеркивания незаменимой ценности таких вещей, как построение и развитие сообщества, социальных сетей, социальных учреждений и видов общественной деятельности, таким образом подчеркивая, что *создание и развитие места* кроется не только в узких экономических терминах. Кроме того, социальный капитал придает особую значимость понятию сотрудничества в тех областях жизни общества, где оценивать конечную эффективность в терминах традиционной рыночной конкуренции попросту нельзя.

#### **Социальная сплоченность (Social Cohesion)**

- многоплановая категория, которую коротко можно определить как способность граждан сосуществовать в гармонии друг с другом (испытывая, при этом, чувство совместно разделяемой ответственности) в различных социально-экономических обстоятельствах на одной территории.

#### **Социальное отчуждение (Social Exclusion)**

- рабочее определение *социального отчуждения* – это хронический недостаток в реализации возможностей построения стандартной жизни человека; это касается доступа к базовым услугам, обеспечивающим должное *качество жизни*, доступа к рынкам труда, кредитам, это адекватность качества инфраструктуры, правовой системы и т.п. В связи с тем, что *социальное отчуждение* проявляется в сокращении и отсутствии доступа к услугам и рабочим местам, необходимых людям для обеспечения стандарта их жизни (в частности, минимального), существует высокая корреляция между ней и феноменом бедности, а также феноменом эмиграции.

### **Социальные последствия, эффекты (Social Impacts)**

- в то время, когда экономические последствия оцениваются посредством традиционного финансового соотношения прибыли и убытков, социальные эффекты измеряются сложными качественно-количественными системами показателей, которые на протяжении долгосрочного периода времени отображают *качество жизни* индивидов и их групп (включая особенности занятости, дохода, образования, безопасности, досуга, социальных связей и т.п.).

### **Социальная регенерация (Social Regeneration)**

- в сравнении с городской (общей) регенерацией этот термин больше фокусируется на улучшении общественной инфраструктуры и условий *качества жизни* через повторное инвестирование в физическую и экономическую инфраструктуры. Социальная регенерация связана с усовершенствованием качества самого *местного сообщества* через реализацию программ и проектов в таких областях как образование, социализация, здоровье и культура. Представителем последней области и будет являться практика *культурного развития местного сообщества* (в т.ч. *соседств*).

### **Общепризнанная социально-культурная ценность, или стоимость (Social and Cultural Value)**

- этот термин содержит целый ряд духовных, исторических, политических, этнических и прочих качеств, оцениваемых через представление о них со стороны населения, заселяющего ту или иную территорию.

### **Социо-гуманитарные технологии (Socio-Hume Technologies)**

- особый подкласс технологий, представляющий собой синтез социальных и гуманитарных их видов.

Социальные технологии связаны с процессами управления социальными явлениями и объектами.

Гуманитарные технологии - систематизация, организация и упорядочение в пространстве и времени компонентов целенаправленной коллективной деятельности людей на основе современного гуманитарного знания. Это технологии самовыражения людей, самореализации их интеллектуальных и духовных качеств, развития их креативного, творческого и других потенциалов.

Социо-гуманитарные технологии — это система способов, процедур и методов организации человеческой деятельности, направленных на разрешение противоречивого соотношения интересов и целей развития одного индивида и общества в целом, формирование консенсусного соглашения между ними. Они представляют собой синтез науки, искусства и технологического знания.

Пространство практики, в котором реализуются социо-гуманитарные технологии – это социогуманитарная инженерия.

### **Отрасли социогуманитарной инженерии (Socio-Hume Technologies Types):**

- Личностное проектирование (создание жизненной стратегии, профориентация, сопровождение личностных кризисов и перепрограммирование, социализация, разрешение конфликтов в коллективе, самоактуализация);
- Психотерапия межличностных и корпоративных отношений и конфликтов
- Рекрутмент и управление человеческими ресурсами;
- Организационное проектирование (создание и трансформация организаций);
- Консалтинг (экспертная аналитика, стратегическое планирование, инжиниринг корпоративного и институционального управления и пр.);
- GR, открытое и скрытое лоббирование законов и исполнительных решений;
- Проектный менеджмент - создание проектов под определенные социальные цели и задачи, открытое обсуждение и продвижение этих проектов в ИМК, запуск проекта в исполнение и текущее управление в рамках существующего проекта;
- Брендинг (смысло-лингвистическое конструирование образов и их продвижение по различным каналам восприятия);
- Производство и организация коммуникации - инженерия институтов массовой коммуникации (ИМК), включая компьютеризацию и интернетизацию, PR и социологические исследования, сбор и обработку информации, производство новостной и аналитической публичной информации (журналистика);
- Образование – упор на производство условий и технологий образовательного самоусовершенствования (homo self-learn-updating);

### **«Мягкая» инфраструктура (Soft Infrastructure)**

– Нематериальная сфера поселения; или густо и разнообразно представленные совместно работающие сети и партнерства, активность посредничества и действенность механизмов обратной связи в которых

содействуют развитию межличностной интеракции (в режиме «лицом к лицу»), а также социальной сетевизации и кластеризации потоков успешных идей.

#### **Создание пространства (Space-making)**

– дизайн и развитие физической инфраструктуры места: зданий и комплексов, студий и специализированных помещений внутри них – «кирпичи и раствор» фундамента *устойчивости местного сообщества* (см. «Создание места»). Впрочем, к этому же относится создание и развитие элементов системы коммуникаций, услуг, программных документов и процедур, необходимых для арендодателей, резидентов, посетителей поселения.

#### **Стороны, имеющий интерес в развитии места (Stakeholders)**

- Пришедшее из бизнес-среды понятие соотносится с индивидами, их группами или целыми организациями, которые имеют свой особо выраженный интерес (или «ставку» (stake)) в решении какой-либо конкретной потребности *места* или в продвижении какого-либо проекта по его развитию. Состав *стейкхолдеров* довольно широк и включает в себя все возможные группы, формирующие *местное сообщество*: местные жители, местный бизнес и сообщества профсоюзов, представители местных органов власти; разнообразные местные субсообщества (группы по интересам, социальные клубы, ассоциации, религиозные и общественные объединения, волонтерские группы); региональные и федеральные представители власти и лица, принимающие по поводу места решения (чиновники, владельцы ТНК); государственные и частные структуры, занятые в обслуживании функционирования места (полиция и т.п.); политические партии; образовательные и консультационные центры, экспертное сообщество, прочие деятели и организации (сетевые, союзные и пр.), связанные с реализацией практики *культурного развития местного сообщества*;

#### **Стритскейп (Streetscape)= Street (улица) + Landscape (ландшафт)**

- характерная панорама улицы, включающая в себя профиль домов, дорожного полотна, уличного оформления и т.п.

#### **Устойчивость (Sustainability)**

– характеристика, описывающая наиболее творческие, культурные, экономические, социальные, институциональные и экологические продукты, среды, системы, процессы и результаты для *жесткой и мягкой инфраструктуры местных сообществ* всех форм размерности, имеющие свойство долговечности, «стойкости» и разделяемые между текущими и последующими поколениями владельцев, клиентов, партнеров или граждан.

#### **Устойчивое развитие (Sustainable Development)**

**(внимание, точного перевода на русский язык у этого термина не существует, но есть множество уточняющих трактовок, поэтому мы здесь будем пользоваться не совсем удачной официальной!)**

- словосочетание, широко внедренное в мировой оборот после проведения Мировой Комиссии по охране окружающей среды и развитию (Брундтландской комиссии) в 1987 году и означающее такой аспект понимания территориального развития, при котором его потребности в настоящем учитывали бы его издержки для будущих поколений. В контексте культурного развития и планирования мест и их сообществ это также соотносится с таким представлением о целях, видах деятельности и последствиях проведения *местной культурной политики*, которые не приводили бы к истощению культурного потенциала и жизнеспособности местных культурных систем. *Культура* становится четвертой и связующей опорой в традиционной модели политики *устойчивого развития*, включавшей до этого лишь три компонента: экономическое благополучие, социальное равенство и средовую ответственность.

#### **Системное мышление (Systems Thinking)**

- *Культурное планирование* возникло в ответ на засилье пёстрых и фрагментированных подходов к *местному культурному развитию*, ставших более неэффективными. На их месте оно предлагает более целостно и стратегически выглядящие перспективы, вдохновляющие местных общественных и культурных лидеров к рассмотрению процесса культурного развития с точки зрения *системной методологии*. Подход *культурного планирования* допускает, что расцвет местной культуры зависит от воздействия таких взаимосвязанных факторов, как эффективное муниципальное управление, сильная местная экономика, высокий уровень вовлеченности граждан, а также релевантность и *жизнеспособность* местных культурных институций.

### **Третье место (Third place)**

– термин, обозначающий особый фокус отношения к *публичному пространству*. Этот фокус выстраивается, с одной стороны, вокруг получения коммерческой выгоды от развития *публичного пространства*, а с другой, вокруг удовлетворения коммуникационных потребностей членов *местного сообщества*. Третье место – это коммерчески выгодная организация свободного пространства для любой формы социальной интеракции. Если "первое место" - это жилье человека, "второе" – работа, то "третье место" – точка их сопряжения: одновременно и территория общения людей, и зона их отдыха, и место работы. Типичным примером третьего места является кафе, в котором люди сидят с ноутбуками и работают, используя окружающее пространство в качестве места проведения деловых переговоров и личных встреч. При этом, доход получает бизнес, организовавший такой формат. Другими примерами могут выступать переосмысленные книгохранилище, паб, столовая, боулинг или бильярдная комнаты и т.д.

### **Таунскейп (Townscape) = сочетание Town (город) + Landscape (ландшафт)**

- характерная панорама города, включающая в себя наиболее свойственные этому месту очертания элементов антропогенной среды (конфигурация уличной и транспортной сети, символических построек и зон различного типа использования).

### **Транснациональный (Transnational)**

- соотносится с видами деятельности, предпринимаемыми поверх национальных границ. Это слово связано с признанием существования динамичных социокультурных процессов, связывающих сегодня человеческие общности независимо от наличия официально установленных границ.

## **U**

### **Городское и региональное развитие (Urban and Regional Development)**

- представлявшееся ранее в терминах лишь экономического развития сегодня эта концепция включает в себя обязательное рассмотрение всех компонентов развития территориальных общественных систем: средовой, социальной, гражданской, культурной и т.д.

### **Городское планирование (Urban Planning)**

- дисциплина, традиционно фокусировавшаяся на городах как физических целостностях и вопросах хозяйственного планирования и регулирования, связанных с пространственным использованием их составляющих – участков землепользования. Кроме того, в состав изучаемых вопросов также входили проблемы оказания услуг, имеющих общественную значимость. С годами дисциплина вобрала в фокус своего внимания практически весь набор вопросов территориального развития – от экономических, политических и социальных до средовых аспектов. Тем не менее, с развитием теории и практики этой дисциплины все больше ширится тенденция признавать города в качестве иных целостностей – социокультурных экосистем, или таких многомерных сред, где люди взаимодействуют друг с другом, выражая собственные идентичности; где люди транслируют друг друга, создавая атмосферу принадлежности к чему-то их объединяющему; и где люди зависят друг от друга, взаимопроникаясь разными эталонами культурного производства и потребления, различными стилями и образами жизни.

### **Городская регенерация (Urban Regeneration)**

- это комплексная стратегия, ведущая к разрешению разнообразных городских проблем путем внедрения усовершенствований в экономическую, культурную, социальную и средовую ткани города. *Городская регенерация* направлена на оказание сопротивления процессам экономической, средовой, социальной и культурной деградации, чаще всего проявляющимся в упадке физического состояния улиц, кварталов, соседств.

### **Городское обновление (Urban Renewal)**

Это программа действий по повторному освоению и развитию земли в условиях городского пространства среднего уровня концентрации.

Расцвет практики городского обновления совпал с top-down режимом (сверху вниз) городского планирования – это означало, что проекты по реконструкции, изменению или трансформации городской среды проводились в жизнь определенной группой людей, не стесняющихся с недовольными подобными решениями жителями этих мест и пространств.

Однако, в наступившей в середине 20-го века реакции на крупномасштабные (и убивающие впоследствии все разнообразие жизни) проекты модернизации и реновации, такие городские активисты, как Дж. Джекобс, дали отпор и предложили альтернативную концепцию городского планирования и развития – *градоведение (urban husbandry)*, крайне чувствительную к проблемам конкретного места, населяющей его группы людей, и т.п.



Таким образом, эволюция за рубежом привела к тому, что сегодня все больше ширится представление о том, что процессы городского обновления = практике *развития местных сообществ (community development)*, позволяющей собирать частные разрозненные инициативы маленьких людей из соседней улицы или квартала под знаменем общих проблем и перспектив развития. Городское обновление становилось частью *планирования развития этого сообщества (community planning)* и только лишь со внешней стороны прекрасные, но внутри ужасные процессы *джентрификации* не получали страшных последствий, связанных с убиением разнообразия культурной экосистемы места, скорым съездом с недавно застроенных элитных многоэтажек обеспеченного населения, заселения бедноты и дальнейшего их опустынивания/сноса..

#### **Городское устойчивое развитие (Urban Sustainability)**

- применительно к территориальным образованиям различной иерархии понятие устойчивого развития означает их способность продолжать свое функционирование по обеспечению должного *качества жизни* их *местных сообществ* без ограничения возможностей для развития последующим поколениям и препятствованию роста негативных эффектов как внутри, так и за своими пространственными границами.

## **V, W, X, Y, Z**

-

---

#### **Перевод и составление:**

Попов Андрей Владимирович,  
консультант отдела Международных, межрегиональных и межведомственных культурных проектов Министерства культуры, молодежной политики и массовых коммуникаций Пермского края, ответственный за научно-методическое обеспечение программы «Пермский край – территория культуры»

#### **Библиографические источники:**

- 1) Guide to Community Cultural Development by *The Future Lounge* - <<http://thefuturelounge.com/2010/08/guide-to-community-cultural-development>>;
- 2) CCD.NET (Cultural Community Development Net) Glossary by CAN SA Inc. (Australia) <<http://www.ccd.net/resources/guide/glosary/index.html>>;
- 3) Goldbard A. (2006) *New Creative Community: The Art of Cultural Development*. - Oakland, CA: New Village Press;
- 4) Baeker, G. (Ed.) (2010) *Rediscovering the Wealth of Places. A Municipal Cultural Planning Handbook for Canadian Communities*. – Ontario: Municipal World Inc.;
- 5) *Культурная политика в Европе: выбор стратегии и ориентиры* сост. Е.И. Кузьмин, В.Р. Фирсов.- М.: Либерия, 2001.
- 6) *The Dictionary of Human Geography (5th Edition)*. Edited by Derek Gregory, Ron Johnston, Geraldine Pratt, Michael Watts & Sarah Whatmore. – Wiley-Blackwell: 2009, 1074 p.
- 7) Wikipedia: English version