

Прикладные исследования и проекты

КУЛЬТУРНО-ИМИДЖЕВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПОСЕЛЕНИЙ ПЕРМСКОГО КРАЯ: МЕТОДИКА И ОЦЕНКА

Андрей Владимирович Попов,

консультант отдела международных, межрегиональных и межведомственных культурных связей
Министерства культуры, молодежной политики и массовых коммуникаций Пермского края

E-mail: myfriz@yandex.ru

В статье вводится понятие культурно-имиджевого потенциала территории; предлагается система его оценки; анализируются результаты применения методики в отношении заявок поселений Пермского края на участие в региональной программе «Пермский край – территория культуры». По результатам оценки предлагаются рекомендации по развитию культурно-имиджевого потенциала.

Ключевые слова: культурная политика; культурно-имиджевый потенциал территорий; творческие индустрии; культурные инновации; типология поселений; Пермский край

УДК 911.9:351.85(470.53)

Культурный имидж территории

В современной экономике нематериальные, «мягкие» факторы становятся всё более важными. В этих условиях актуализируется задача применения междисциплинарных социокультурных технологий для повышения конкурентоспособности территорий. Это, например, технологии и механизмы управления символическо-коммуникационным пространством, маркетинга городов и регионов, брендинга территорий и управления брендом, стратегического планирования и прогнозирования, форсайтного и сетевого проектирования, бенчмаркетинга, развития человеческого, социального, культурного, символического видов капитала, использования креативности в территориальном процессе, дизайна среды поселений и т.п.

В современной культурной политике сложилось представление о культуре как инструменте капитализации территории, как нематериальном ресурсе для формирования конкурентоспособного имиджа на глобальной арене, как драйвере трансформации или даже реанимации поселений. Состояние сферы культуры – как материальное, так и нематериальное – и культурный имидж становятся важными факторами социально-экономического развития территории и в значительной мере определяют её судьбу в стратегической перспективе.

Под культурным имиджем территории мы понимаем имидж, складывающийся под воздействием культуры (понимаемой как ресурс для развития и инструмент капитализации территории, а также как механизм включённости в региональные и глобальные тренды и перспективы развития) и придающий территории черты современности и привлекательности. Большая часть российских территориальных образований (регионов, городов и особенно прочих муниципальных образований) не имеет сформировавшегося целостного культурного имиджа. Однако многие из них имеют некоторые предпосылки, условия и возможности для формирования такого имиджа – значит, они имеют определённый культурно-имиджевый потенциал, нуждающийся в комплексной оценке и последующем эффективном использовании.

Оценка культурно-имиджевого потенциала

Система оценки культурно-имиджевого потенциала территории предполагает ряд требований. Главное из них – *валидность* (адекватность, обоснованность) оценки. Необходимо убедиться, что система оценки соответствует объекту. *Точность* оценки должна быть достаточной, но не избыточной. Результаты оценки не должны зависеть от состава оценщиков (экспертов), то есть методика должна быть достаточно *устойчивой*. Необходимо, чтобы методика позволяла дать *сравнительную* количественную оценку культурно-имиджевого потенциала разных территориальных образований. Важно также, чтобы система оценки была *понятной* не только для экспертов, но и для лиц, принимающих решения в сфере региональной и муниципальной культурной политики, а также для представителей общественности. Желательно, чтобы методика оценки обладала *гибкостью*, возможностью (до)настройки для разных целей и задач. И, наконец, система оценки культурно-имиджевого потенциала территории должна быть относительно *дешёвой*, необременительной для бюджета территории.

Разработка подобной системы включает несколько *этапов*:

- 1) отбор исходных данных для оценки;
- 2) формирование системы критериев оценки;
- 3) определение значимости критериев оценки;
- 4) операционализация критериев до уровня конкретных параметров (вопросов);
- 5) выбор шкалы оценки;
- 6) составление анкеты для экспертов;
- 7) определение порядка экспертизы.

В качестве исходных данных для оценки культурно-имиджевого потенциала можно привлекать систематизированные и соответствующим образом адаптированные данные государственной, муниципальной и ведомственной статистики, результаты социологических опросов и глубинных интервью, материалы средств массовой информации и т.п.

Культурно-имиджевый потенциал территории мы предлагаем оценивать по следующим критериям:

- 1) *Управленческий потенциал* – совокупность квалификационных характеристик лиц, принимающих стратегические решения по управлению территорией: воля, знания, навыки, мотивация и т.п.
- 2) *Креативный потенциал* – способность территориальной общности оценивать ситуацию и находить пути решения задач по развитию территории; способность продуцировать идеи по решению управленческих задач; способность уверенно разбираться в трендах современности и умение задавать собственные тенденции.
- 3) *Социальный потенциал* предполагает партнёрство между различными стейкхолдерами и налаживание сетевого взаимодействия.
- 4) *Творческая активность* – наличие творческих акторов и осуществление ими конкретных социокультурных проектов и мероприятий.
- 5) *Культурно-символический потенциал* – наличие и использование культурного наследия и символов, репрезентирующих территорию в социокультурном пространстве.
- 6) *Среда территории*, оцениваемая как дизайн среды территории, улучшающий её восприятие, и мероприятия, связанные с совершенствованием дизайна среды.
- 7) *Событийно-эмоциональный потенциал* – «ёмкость» и уникальность эмоций, переживаний и личного опыта, продуцируемых территорией и передаваемых как «продукт» её «потребителям».
- 8) *Инфраструктурный потенциал* – наличие инфраструктуры сферы культуры, информационной инфраструктуры, инфраструктуры сферы обслуживания и сервиса, а также транспортная удалённость от основных культурных центров региона.

Поскольку критерии оценки культурно-имиджевого потенциала территории явно различаются по значимости, в процессе суммирования оценок необходимо это учитывать. Для расчета *коэффициентов значимости* мы используем метод расстановки приоритетов путём *парных сравнений веса* всех критериев.

Для каждого критерия подбираются соответствующие *показатели*. Они формулируются в виде вопросов, на которые должны ответить эксперты в процессе оценки культурно-имиджевого потенциала территории. Число вопросов, характеризующих тот или иной критерий, должно быть пропорционально его коэффициенту значимости. Общее число вопросов должно быть в диапазоне от 30-и до 50-и.

Для экспертной оценки культурно-имиджевого потенциала территории мы используем *пятиступенчатую качественную шкалу*. Эксперты получают анкету с перечнем вопросов и выбирают один из вариантов ответа: «определённо, да»; «скорее, да»; «трудно определить, да или нет»; «скорее, нет»; «определённо, нет». В процессе обработки эта качественная шкала преобразуется в количественную посредством присвоения баллов каждому варианту ответа, например, «определённо, нет» – 1 балл, «скорее, нет» – 2 балла и т.д.

С каждой территорией, подлежащей оценке, работают не менее пяти экспертов. Итоговая оценка территориального культурно-имиджевого потенциала получается путём суммирования оценок всех экспертов.

Конкурс в Пермском крае: материалы и результаты

Методику оценки культурно-имиджевого потенциала территорий мы опробовали в Пермском крае. Исходными данными послужили конкурсные заявки и анкеты 27 муниципальных образований, представленные на конкурс «*Пермский край – территория культуры – 2007-2008*». Они содержали полную характеристику сферы культуры и дизайна среды поселения на текущий момент; концепцию её развития, а также программу социально-культурных событий и мероприятий на 2008 год.

Материалы конкурса «Пермский край – территория культуры» соответствуют требованиям нашей методики по следующим причинам:

1) Цель и задачи конкурса, изложенные в его Положении, полностью соответствуют разработанным критериям культурно-имиджевого потенциала. Так, например, среди задач выделяются:

- поддержка программ органов местного самоуправления Пермского края в социокультурной сфере;
- создание, поддержка и развитие новых идей и технологий, способствующих культурному разнообразию и творчеству, открытию и расширению доступа различных групп населения к средствам культурного производства и обмена;
- вовлечение в социокультурную сферу максимального количества субъектов (бюджетные учреждения, коммерческие, некоммерческие, общественные организации, органы власти, деятели культуры и искусства, население);
- создание и развитие территориальной инфраструктуры для реализации культурной политики;
- содействие культурным проектам, предполагающих сетевое партнёрство на региональном, государственном и международном уровнях;
- содействие появлению новых элементов среды поселений (объектов ландшафтной архитектуры, малых архитектурных форм, уличных артефактов), «публичных пространств», раскрывающих аспекты идентичности поселений.

2) Конкурс предоставил систематизированные и единообразные статистические, аналитические, концептуальные материалы по сфере культуры поселений, характеризующие как материальные, так и нематериальные аспекты культурного-имиджевого потенциала.

3) В ходе реализации конкурса при Министерстве культуры и массовых коммуникаций края была сформирована группа профессиональных экспертов (более 5 человек), занятая предварительным отсеком конкурсных заявок и участвовавшая, в числе прочего, в оценке культурно-имиджевого потенциала.

В результате применения методической системы оценки к заявкам конкурса в Пермском крае были получены следующие данные о культурно-имиджевом потенциале поселений:

1. Полученная в ходе кластерного анализа многомерная классификационная группировка (типология) поселений Пермского края по уровню *интегрального культурно-имиджевого потенциала* (ИКИП).

2. Содержательный территориальный анализ поселений Пермского края по особенностям ИКИП по каждому типу; объяснение общих типологических черт поселений, исходя из найденных особенностей ИКИП.

3. Разработка рекомендаций поселениям Пермского края, призванных повысить эффективность использования культурно-имиджевого потенциала.

Типология поселений Пермского края по культурно-имиджевому потенциалу

Типология поселений края была разработана при помощи кластерного анализа. Агломеративная кластер-процедура осуществлялась методом группового соседа на матрице евклидовых расстояний между всеми поселениями края, доступных для анализа (см. *рис. 1*).

В результате было выделено 5 типов территорий по особенностям развития их культурно-имиджевого потенциала (см. *табл. 1, 2* и *рис. 2*).

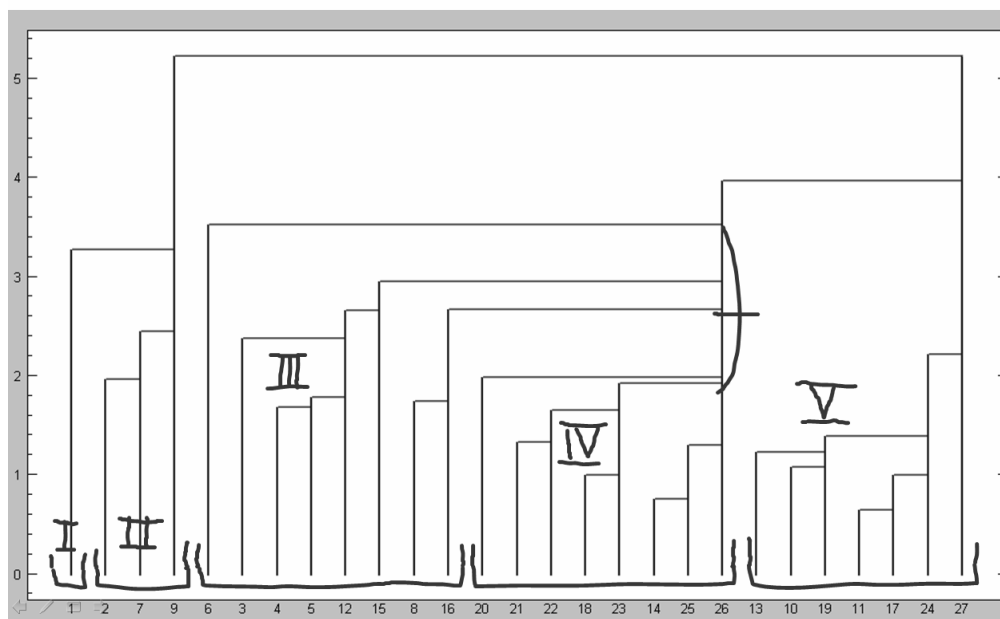


Рис. 1. Схема выделения кластерных групп
(по варианту «Эвклид + Групповой сосед» в программе Stadia 6.0)

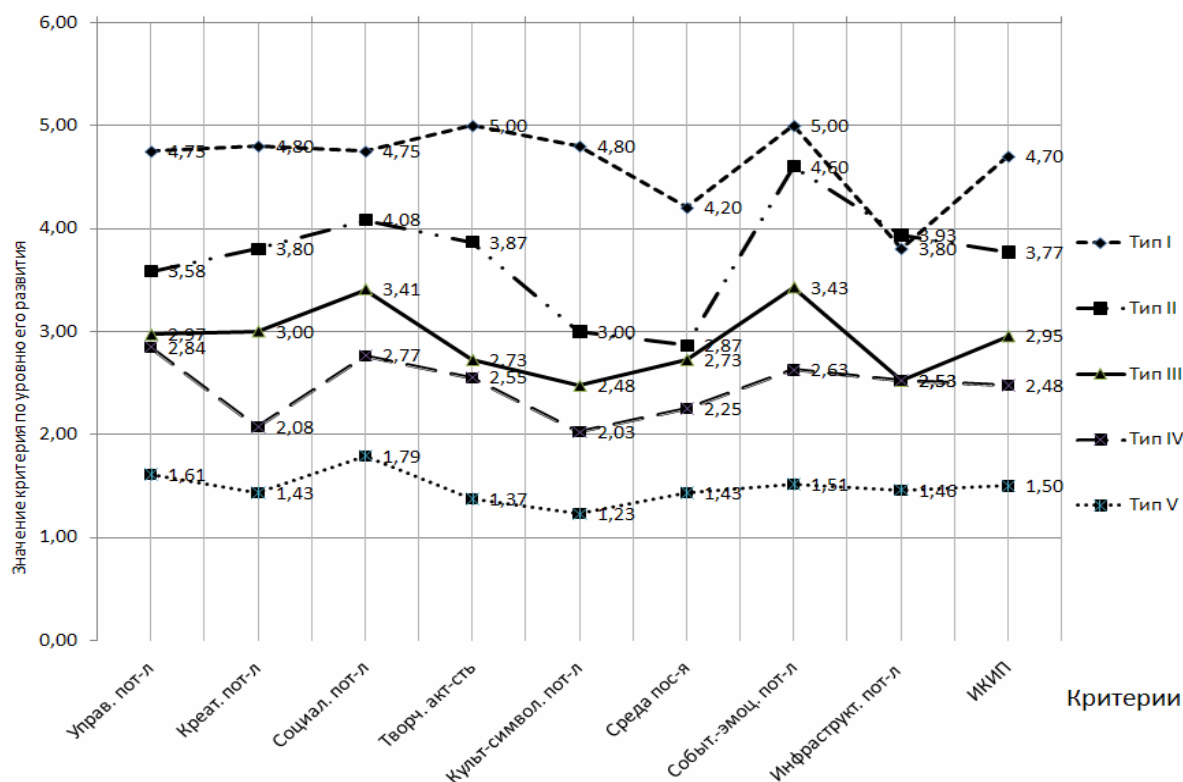


Рис. 2. Сводный график критериев ИКИП по типам поселений Пермского края

Таблица 1

Распределение поселений Пермского края по типам интегрального культурно-имиджевого потенциала

Тип	Уровень развития культурно-имиджевого потенциала	Поселения
I	Относительно высокий	г. Кунгур
II	Повышенный	г. Березники, г. Чусовой, г. Чайковский
III	Средний	г. Очер, г. Соликамск, г. Чернушка, г. Краснокамск, с. Култаево, г. Кизел, г. Кудымкар, Усолье
IV	Низкий	г. Добрянка, г. Оса, г. Лысьва, г. Оханск, п. Ильинский, г. Чердынь, с. Неволинское, с. Барда
V	Очень низкий	с. Юсьва, г. Суксун, г. Красновишерск, п. Октябрьский, г. Гремячинск, г. Александровск, с. Кочево

Таблица 2

**Фрагмент сводной итоговой матрицы (58X32),
содержащей оценки поселений Пермского края
по факторам ИКИП**

Поселение→	Кун- гур	Бере- зники	Чай- ков- ский	Чусо- вой	Сред- нее
↓Фактор	<i>Tun I</i>	<i>Tun II</i>			
Управленческий потенциал					
Прослеживается ли в материалах, предлагаемых по- селением, отчётливо сформулированная идея (мис- сия) использования культуры как ресурса для раз- вития поселения?	5	2	2	5	3
Вытекают ли цели и задачи программы из базисной идеи – прорывного развития культуры поселения как базиса для формирования привлекательного культурного имиджа?	5	3	2	4	3
Связаны ли задачи с достижением цели, установ- ленной в концепции программы?	5	5	5	5	5
Обеспечивает ли предлагаемая система мероприя- тий формирование культурного имиджа в его инно- вационном понимании?	5	4	3	5	4
Можно ли назвать уровень позиционирования куль- турного аспекта имиджа поселения достаточно за- вершённым?	4	3	2	2	2,333
Велика ли доля внебюджетно привлечённых средств и других источников финансирования?	4	2	5	5	4
Будут ли результаты проектов программы действо- вать в течение длительного времени после их окон- чания на благо формирования имиджа?	5	4	4	4	4
Значительно ли программа развития культуры по- селения направлена на внешний уровень позицио- нирования?	5	3	4	3	3,333
Среднее	4,75	3,25	3,38	4,13	3,583
Креативный потенциал					
Оригинальна ли форма концепции программы раз- вития культуры поселения?	4	2	4	3	3
Есть ли в концепции программы развития культуры поселения приоритет инновационности, динамизма, обновления в развитии?	5	3	3	5	3,667
Имеются ли в программе мероприятия, использую- щие новые или нестандартные подходы к решению проблем социокультурной сферы поселения?	5	4	4	5	4,333

Типы поселений Пермского края: основные особенности

Кратко охарактеризуем результаты типологии 27 поселений Пермского края по особенностям их ИКИП (средневзвешенного по всем факторам) по каждому из выделенных пяти типов:

I. *Первый* тип – это поселения с *относительно высоким уровнем развития ИКИП*. К нему относится только г. Кунгур. Его основные особенности таковы:

- 1) системность и продолжительность наработанного опыта в области создания культурного имиджа поселения;
- 2) консолидация усилий власти, гражданского общества, бизнеса и массмедиа по поиску и реализации инновационных направлений и проектов в сфере культуры, которые послужили бы своеобразным «толчком» для нового этапа в развитии культуры Пермского края в целом;
- 3) создание инициативных и инновационных культурных проектов; переосмысление традиционных мероприятий посредством «расширения» во времени и пространстве, а также увеличения количества действий и участников событий;
- 4) широта охвата мероприятий; упор на большое количество целевых групп как во внешней целевой аудитории, так и во внутренней;
- 5) официально поощряемая направленность на поддержку конкурсного подхода, креативности и нестандартности в проектировании; стимуляция новых управленческих механизмов;
- 6) понимание и использование новейших технологий в области брендинга и продвижения территории и в культурной политике в целом;
- 7) недостаточность развития инфраструктуры.

II. *Второй* тип поселений – территории с *повышенным уровнем развития ИКИП*. К нему относятся города Березники, Чайковский и Чусовой.

Их объединяет следующее:

- 1) отсутствие или недостаточность систематически наработанного опыта в области формирования культурного имиджа территории, а также современной культурной политики (многие задачи ещё только-только поставлены, а их реализация не началась);
- 2) неполное освоение собственных культурных брендов и символов;
- 3) декларация в конкурсных материалах следующих приоритетов культурной политики: долгосрочность; социальная ориентация; стимуляция партнёрских связей; развитие межсетевого и межсекторного взаимодействия; поощрение креативности; внедрение новых управленческих и коммуникационных технологий.

III. *Третий* тип – это поселения со *средним уровнем развития ИКИП*. К нему относятся, например, Краснокамск, Соликамск и Кудымкар (см. полный список в *таблице 1*). Перечислим основные отличительные особенности этой весьма многочисленной группы территорий.

1. Поселения только делают первые попытки сформировать единый бренд и выстроить соответствующую программу развития культуры. Так, например, Очер комплексно использует причастное к нему имя Строгановых. Чернушка объединяет всё под позицией центра межкультурной и межэтнической толератности. Култаево представляет себя «Култаевым полем» – полем новых возможностей создания новых культурных традиций.

2. Поселения этого типа уже всерьёз приступили к консолидации возможностей власти, бизнеса и общественности в деле развития культуры и благоустройства территории;

3. Территориальные образования этого типа ориентированы на привлечение специалистов в области культуры и пополнение банка креативных идей для реализации культурных начинаний.

4. Инфраструктурный потенциал весьма неплох. Есть и запас необработанных культурных символов. Уровень творческой активности в сфере культуры поселений довольно высок.

5. Предлагаемым проектам, как правило, не хватает амбициозности.

6. В сфере реализации проектов отсутствует чёткое осмысление баланса между инновациями и традициями.

7. Проектов, связанных с совершенствованием среды поселений, на территориях этого типа пока явно недостаточно.

IV. *Четвёртый* тип поселений – с *низким уровнем развития* ИКИП. К нему относятся, к примеру, Добрянка и Чердынь, несколько сёл (см. полный список в *таблице 1*). Ниже охарактеризуем их подробнее.

1. Поселения отличаются не самыми низкими показателями инфраструктурного потенциала и развития среды поселения. Можно найти удовлетворительное число представителей творческой сферы.

2. Имеющиеся культурные ресурсы используются крайне неоднородно и, в среднем, недостаточно, особенно с точки зрения «нового» понимания культуры.

3. Заявленный в концепциях инновационный характер на поверку не является таковым, так как зачастую в программах повторяется лишь то, что традиционно делалось в прошлые годы, или слепо копируется опыт некоторых территорий I и II типов.

4. По сравнению с поселениями V типа (см. ниже), эти территории более активны в текущей работе над систематическим развитием культуры, пусть и исходя из устаревшего её понимания. Они ориентированы на традиционные ценности, воспроизводство прежнего опыта и просветительскую функцию культурных мероприятий.

5. Заметны попытки дифференциации работы в сфере культуры: от театральной до архитектурно-символической деятельности.

V. *Пятый* тип поселений – это территории с *очень низким уровнем* развития ИКИП. К нему относятся Красновишерск, Александровск и некоторые другие города и сёла (см. *таблицу 1*). Они были выделены в этот тип, поскольку могут быть объединены перечисленными ниже характеристиками.

1. В программах развития культуры пока не идёт речь о каких-либо инновационных изменениях, становлении креативности – эти поселения слишком провинциальны, слишком далеки от центров принятия решений и фокусов социокультурных инноваций.

2. По уровню развития всех факторов ИКИП эти территории относятся, скорее, к «заповедникам» традиционных подходов к развитию культуры. Отсюда следует приоритет на тотальное сохранение традиционности, культивирование как самих традиционных форм культуры, так и методов и способов её организации и использования в пространственном развитии. О понимании культуры как инструмента капитализации территории здесь нет и речи. Однозначно, программы поселений этого типа ориентируются на реанимацию старого понимания культуры, и потому их культурный имидж будет крайне неэффективным и, возможно, неактуальным.

3. Отсутствуют практически все условия для перехода на «современные рельсы» развития культуры: нет ни персонала, ни современной проектной и управленческой культуры, ни механизма партнёрства, ни ярко выраженных стейкхолдеров.

4. Несмотря на указанное выше, имеется общее понимание трёх позиций: а) необходимо консолидировать ресурсы и участников культурного процесса; б) нужно быть открытым для профессиональной помощи извне; в) важно согласовывать процесс развития культуры и культурного имиджа в частности с общими стратегическими документами – последние, правда, ещё только предстоит разработать.

Рекомендации по развитию культурно-имиджевого потенциала

В заключение представим некоторые наши *рекомендательные предложения*, исходя из проведённого анализа *по каждому типу* поселений.

Тип I. Кунгуру стоит обратить более пристальное внимание на соответствующее его амбициям содержание и развитие инфраструктуры.

Тип II. Этим поселениям необходимо заняться своей внутриселенческой средой, более эффективным использованием культурно-символического капитала, повышением качества управленческого потенциала. Впрочем, главное, что характеризует эту группу – если не успешная реализация, то, во всяком случае, устремлённость на повышение значимости креативного и социального потенциала.

Тип III. Помимо традиционных для всех типов проблем со средой поселений и неразвитостью креативного и управленческого потенциалов, у поселений третьего типа основными «пробелами», рекомендуемыми к развитию выступают творческая активность и культурно-символический потенциал.

Типы IV и V. Поселениям этих типов, к сожалению, ничего специального посоветовать нельзя. Точечными исправлениями по какому-либо одному из направлений тяжёлую ситуацию, сложившуюся в целом, увы, не исправить. Решение должно быть комплексным. Возможно, внедрение «нового» понимания культуры и креативности как ресурсов для форсированного развития стоит начинать именно с этих территорий. Недаром говорят, что и креативность, и инновационность рождаются под гнётом неизбежности и становятся на службу безотлагательных усилий по оживлению, в первую очередь, именно таких депрессивных территорий.

Есть и *общие для всех типов* рекомендации.

1. Креативность и новаторство в контексте поселения должны превратиться в целостный интегрированный процесс, охватывающий все аспекты селенческой жизни – своего рода «круговорота творчества».

2. Необходимо картирование ресурсов сферы культуры всех поселений и развивающегося у них сектора творческих индустрий.

3. Необходимо значительное увеличение финансовой поддержки сферы культуры и творческих индустрий.

4. Требуется наращивание новой культурной, сервисной и транспортной инфраструктуры поселений, возведение многофункциональных построек, модернизация имеющихся традиционных заведений культуры.

5. Требуется внимания организация виртуальной культурной среды поселений.

6. Востребован коренной пересмотр понятия дизайна и расширение его понимания вплоть до дизайна среды поселений.

7. Необходимо расширенное использование событийного маркетинга и формирование туристическо-информационных порталов как в самом поселении, так и в виртуальной среде.

8. Желательно дальнейшее развитие управленческого потенциала, формирование «гражданского творчества» людей, ответственных за принятие решений в поселении, содействие социального потенциала партнёрства и сетевых взаимодействий.

9. Всем поселениям необходимо сформировать условия для работы независимых творческих посредников, культуртрегеров и менеджеров культуры; развития современного образования в области творческих и культурных индустрий, а также культурного антрепренёрства.

10. Необходима синхронизация развития сферы культуры, культурной политики и управления культурным имиджем поселений, с одной стороны, с процессами общего стратегического и маркетингового управления этими территориями, с другой стороны.