



ЭКСПЕРТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Российские региональные столицы: развитие, основанное на культуре

Москва, 2018

© МВШСЭН (Шанинка), Благотворительный фонд Владимира Потанина

ЗАМЫСЕЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

Новая городская экономика — это культура. На примере 20-ти российских региональных столиц анализируется потенциал развития на основе культуры, новые субъекты и кооперационные отношения, культурная инфраструктура и стратегии развития, опирающиеся на ресурс культуры.

Благодаря Благотворительному фонду Владимира Потанина появился шанс предметно увидеть, что происходит в пространстве между уходящим или трансформирующимся индустриальным укладом и «не наступившим» постиндустриальным будущим в 20-ти очень интересных российских региональных столицах, и какова — в деталях, тенденциях и оценках участников — роль культуры в идущей в этом пространстве масштабной социокультурной «драме большого перехода».

Специфика исследования

- География и выборка — 20 региональных столиц, представляющих разные культурные, управленческие и экономические ситуации, по разному переживающие трансформации.
- Прямые мнения профессионалов. Впервые, насколько нам известно, проведено масштабное предметное интервьюирование профессионалов в регионах — инсайдеров и партнёров.
- Взгляд за границы отрасли культуры. Внимание не только к стратегиям отраслевых институции, но и независимому культурному сектору, к межсекторным кооперационным связям.
- Внимание к масштабам и зрелости экономики, основанной на культуре — как основе будущего развития.
- Экспертная оценка культурной политики, кооперации и управления в сфере культуры.

ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

I. Отбор городов

- Анализ базовых рейтингов федерального уровня (18 рейтингов)
- Интервью с экспертами федерального уровня, представляющими пять институциональных полей — городское и региональное развитие, экономика, социология и социальная сфера (НКО и благотворительные фонды), культурная и музейная сфера, сфера образования (39 экспертов опрошено)
- Формирование первой выборки (55 городов), типологизация и выбор региональных столиц для полевого исследования (20 городов)
- Разработка ТЗ и рабочих гипотез по каждому городу для полевого исследования

II. Полевые исследования

- Интервью в каждом из выбранных городов с широким кругом экспертов и практиков — как с профессионалами «внутри» культуры, так и с представителями «внешнего круга» — предпринимателями, ректорами вузов, муниципальным управленцами, депутатами, учеными, работниками некоммерческих организаций, активистами местных сообществ и др. (более 280 интервью)

III. Профили городов

- Составление профилей региональных столиц, включающих анализ ситуации, резюме по ключевым вопросам исследования, мнения основных стейкхолдеров

IV. Итоговая аналитика

- Перекрестная проверка базовых гипотез
- Подготовка тематических карт, фиксирующих наиболее важные характеристики, определяющие особенности культурного развития городов

ПЕРВАЯ ВЫБОРКА

Анализ 55 городов-кандидатов

Оценка потенциала

- Анализ базовых рейтингов федерального уровня — инвестпривлекательности, инвестклимата, социально-экономического положения и др. (18 рейтингов)
- Социально-демографические показатели
- Индексы качества жизни
- Экспертный рейтинг развития сферы культуры

Опрос экспертов федерального уровня

- Тенденции и вызовы

Резюме по каждому городу

- Гипотезы, требующие проверки на полевом этапе

АБАКАН

АРХАНГЕЛЬСК

АСТРАХАНЬ

БАРНАУЛ

БЕЛГОРОД

БЛАГОВЕЩЕНСК

ВЕЛИКИЙ НОВГОРОД

ВЛАДИВОСТОК

ВЛАДИМИР

ВЛАДИКАВКАЗ

ВОЛГОГРАД

ВОЛОГДА

ВОРОНЕЖ

ЕКАТЕРИНБУРГ

ИВАНОВО

ИЖЕВСК

ИРКУТСК

ЙОШКАР-ОЛА

КАЗАНЬ

КАЛИНИНГРАД

КАЛУГА

КЕМЕРОВО

КОСТРОМА

КРАСНОДАР

КРАСНОЯРСК

КУРСК

ЛИПЕЦК

МАХАЧКАЛА

МУРМАНСК

НИЖНИЙ НОВГОРОД

НОВОСИБИРСК

НОВОЧЕРКАССК

НОРИЛЬСК

ОМСК

ПЕНЗА

ПЕРМЬ

ПЕТРОЗАВОДСК

ПЯТИГОРСК

РОСТОВ-НА-ДОНУ

САМАРА

САРАНСК

САРАТОВ

СТАВРОПОЛЬ

СУРГУТ

ТАМБОВ

ТВЕРЬ

ТОМСК

ТУЛА

ТЮМЕНЬ

УЛЬЯНОВСК

УФА

ХАБАРОВСК

ЧЕБОКСАРЫ

ЯКУТСК

ЯРОСЛАВЛЬ

ТИПОЛОГИЯ ГОРОДОВ

НЕ вошли в выборку

Очевидные культурные лидеры

*Красноярск, Казань, Владивосток,
Нижний Новгород*

Экономически успешный «красный пояс»

Лидирующие позиции с точки зрения социально-экономического развития, инвестпривлекательности и качества жизни, но «традиционалистской ориентации»: *Белгород, Краснодар, Курск, Липецк и Тамбов*

Вошли в итоговую выборку

Лидеры предыдущей эпохи

Известные и «крепкие» в культурном отношении города, лидерская позиция которых требует подтверждения на новом этапе: *Калининград, Пермь, Екатеринбург, Ярославль, Норильск*

«Культурные середняки» на подъеме

«Регионы-середняки» традиционалистского типа, довольно устойчивые экономически, сочетающие несколько укладов, ни один из которых не доминирует, нуждающиеся в новых сценариях развития: *Воронеж, Томск, Тюмень, Благовещенск, Кемерово, Ростов-на-Дону*

«Темные лошадки»

Слабая медийность и известность на федеральном уровне: *Тверь, Барнаул, Чебоксары, Калуга*

Индустриальные «культурные слободы»

Индустриальные города с большой долей «советского» культурного ландшафта, подверженные изменению культурных запросов: *Иркутск, Ижевск, Новосибирск, Омск, Иваново*

ВТОРАЯ (ИТОГОВАЯ) ВЫБОРКА

Полевые исследования 20 выбранных городов

Основные аспекты анализа

- Активные игроки и культурные стратегии
- Уровень управленческой и проектной культуры
- Культура как драйвер социально-экономических процессов и новой экономики
- Культурные инновации, новые продукты и форматы
- Уровень и качество горизонтальной кооперации

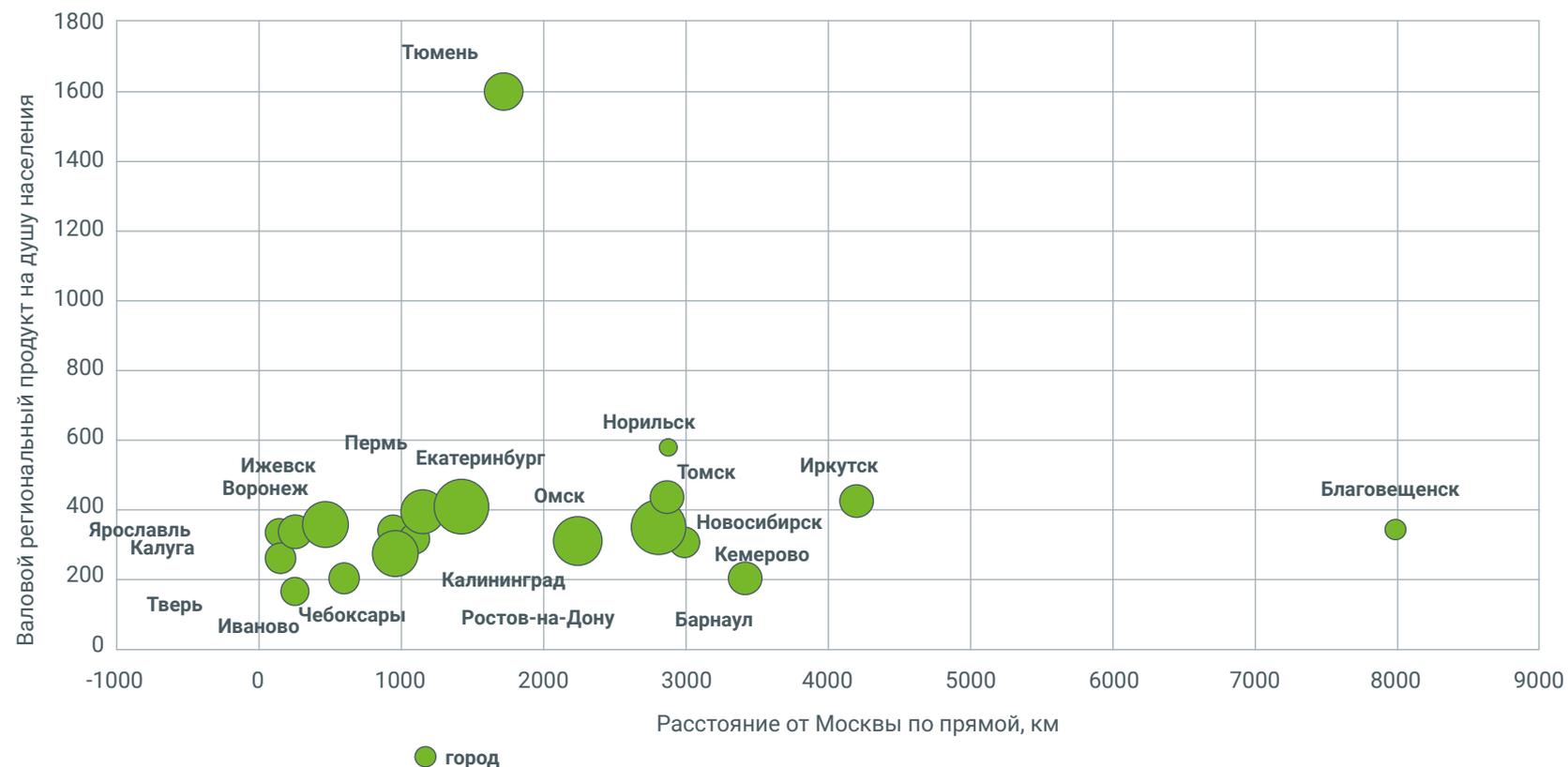
Профили городов

- Анализ ситуации
- Резюме по ключевым вопросам исследования
- Мнения стейкхолдеров

БАРНАУЛ
БЛАГОВЕЩЕНСК
ВОРОНЕЖ
ЕКАТЕРИНБУРГ
ИВАНОВО
ИЖЕВСК
ИРКУТСК
КАЛИНИНГРАД
КАЛУГА
КЕМЕРОВО
НОВОСИБИРСК
НОРИЛЬСК
ОМСК
ПЕРМЬ
РОСТОВ-НА-ДОНУ
ТВЕРЬ
ТОМСК
ТЮМЕНЬ
ЧЕБОКСАРЫ
ЯРОСЛАВЛЬ

ЭКОНОМГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИССЛЕДУЕМЫХ ГОРОДОВ

Соотношение удалённости от столицы, валового регионального продукта на душу населения области и размера города в итоговой выборке



ПРОФИЛЬ ГОРОДА

Тематическая структура и исследовательские вопросы

Региональная ситуация: индекс развития

- Существует ли региональная стратегия развития (в том числе, стратегия в области культуры) и насколько она «работает»
- Карта наиболее заметных и инновационных проектов и событий регионального масштаба последних 3 лет
- Крупные инвесторы, работающие в регионе
- Миграционная динамика
- Ситуация в сфере высшего и доп.образования (опорные университеты и пр.)
- Активные сообщества
- Конфигурация субъектов развития на региональном и локальном уровне: бизнес-стратегии и институциональные партнеры. На каких принципах строится сегодня новый общественный договор?
- Косвенные ресурсы развития (новые инфраструктуры, объекты, производства и пр.)

Роль культуры в жизни региона: потенциал развития

- Проблемы и дефициты в развитии сферы культуры города
- Культура в жизни региона, эффективность культурной политики
- Ключевые культурные институции, определяющие культурный профиль города
- Лучшие культурные продукты города
- Карта субъектов культурной политики и развития (с акцентом на общественный сектор и бизнес)
- Карта наиболее заметных и инновационных культурных проектов и событий регионального масштаба последних 3 лет
- Проектная активность организаций культуры/музеев (3 года): количественный и качественный анализ (на основе анализа проектов, участвовавших в конкурсах, и годовых отчетов организаций культуры)
- Система партнерств в сфере культуры (с кем в регионе организации культуры выстраивают в партнерские отношения)
- Уровень проектной и управленческой культуры (в т.ч. элементы партисипативных методов)
- Культурные связи между столицей и регионом, активность межрегиональных связей; ключевые партнеры на уровне регионов
- Культурные модели (на что ориентируются)
- Зоны развития

Выводы и рекомендации

- Базовая гипотеза, связанная со сценарием развития (мнение локальных экспертов и ведущего эксперта исследования)

ИТОГОВЫЙ АНАЛИЗ

Определение положения городов в системах координат на основе стратегических дилемм

Материалы полевого этапа исследования и результаты экспертных интервью легли в основу концептуальных карт, фиксирующих наиболее важные характеристики, определяющие особенности культурного развития городов:

- Зрелость культурной экономики
- Собственная повестка культурного развития
- Характер культурной политики
- Потенциал и влияние локальных (городских) брендов
- Диверсифицированность культурного поля и культура кооперации

Карты строятся как двумерные поля, образованные парами стратегических дилемм.

Например, характер культурного спроса (традиционный или инновационный) и предложения (насколько культурный спрос удовлетворяется собственным производством или импортируемыми извне культурными продуктами).

Сопоставление карт формирует пространство многомерной типологии, которая позволяет оценить специфические городские ситуации в различных «системах координат».

ЗРЕЛОСТЬ КУЛЬТУРНОЙ ЭКОНОМИКИ

Насколько в российских региональных столицах развита экономика, основанная на культуре? Есть ли у них уникальное культурное предложение и спрос на культурные инновации?

Рост культурного потребления, доходов от культуры, негосударственного культурного сектора показывают, что в некоторых региональных столицах начала складываться новая экономика культуры, но пока она не может стать реальной опорой развития. В теории внутренний спрос на культурные инновации, плотность культурной среды и складывание культурных кластеров должны стимулировать производство актуального и конкурентоспособного культурного продукта, активное участие городов в мировом культурном процессе. Но это происходит очень медленно, либо не происходит вообще. Причины — институциональные и инфраструктурные.

Культурные индустрии (*culture industries*) и **экономика, основанная на культуре** (*culture based economy*) — ключевые опоры роста всё большего числа городов мира

Результаты исследования

- Екатеринбург, Пермь, Воронеж, Калининград, Ярославль, Иркутск, Иваново, Благовещенск — эти города характеризуются высоким уровнем собственного культурного предложения, высоким уровнем капитализации локальных брендов и высоким спросом на культурные инновации (за исключением Иваново и Благовещенска с очень традиционным спросом).
- Также определенный спрос на культурные инновации есть у Омска, Твери и Новосибирска; особняком стоит Норильск, с высоким инновационным спросом, но с почти целиком внешним культурным предложением.
- Противоположная группа с принципиально иным балансом — традиционный спрос и, в основном, внешнее культурное предложение, «привозная культура», зависимость от «культурного импорта» — Ростов-на-Дону, Чебоксары, Калуга, Барнаул, Кемерово, Томск, Ижевск, Тюмень.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ГОРОДОВ ПО ЗРЕЛОСТИ КУЛЬТУРНОЙ ЭКОНОМИКИ, РАЗВИТОСТИ КУЛЬТУРНОГО ПРОИЗВОДСТВА И ИННОВАЦИОННОСТИ СПРОСА

- «Культурное самообеспечение»: классическое культурное предложение, спрос удовлетворяется преимущественно собственными силами

- Доминирует «традиционный» спрос, спрос на инновационную и актуальную культуру слабый
- Доминирует «заемная культура» — привоз «импортного» масскульта извне, нет ориентации на выращивание собственного культурного продукта



- Внутренний инновационный спрос достаточен для поддержания местных независимых игроков
- Собственные инновационные культурные продукты востребованы и даже экспортируются

- Формирующийся инновационный спрос удовлетворяется за счет «импорта» — «привозной» культуры и выезда «за культурой» в другие города

СОБСТВЕННАЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОВЕСТКА

Есть ли у российских региональных столиц самостоятельная культурная политика и собственная повестка культурного развития? Кто — городское сообщество или власть — являются субъектами культурного развития?

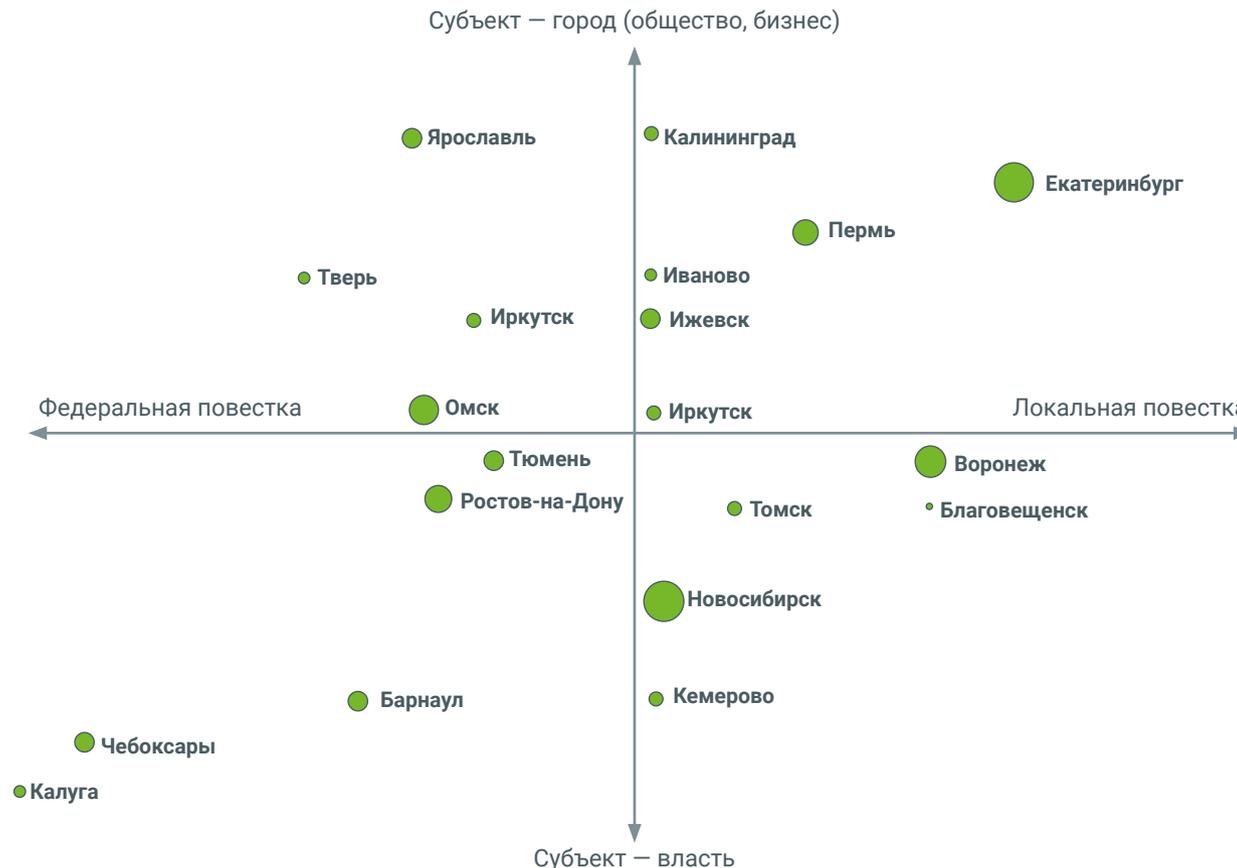
Результаты исследования

- Половина городов выборки не имеет собственной повестки культурного развития, специфика и собственные интересы городов, их позиции на культурных рынках не осмыслены; повестку задает федеральный центр; лишь у Екатеринбурга и Перми есть своя собственная локальная повестка, реализуемая в значительной степени самим городским сообществом; у Воронежа, Благовещенска и Томска она формируется, её субъектом является местная власть, а не гражданское общество и бизнес, хотя общественные акторы уже становятся заметными в публичном пространстве.
- В половине городов выборки власть, а не город — гражданское общество, городские элиты и бизнес, — определяют культурное развитие. Лишь относительно Ярославля, Калининграда, Екатеринбурга, Перми, Твери, Иваново, Иркутска и Ижевска можно говорить об усилении роли гражданского общества и общественного сектора как субъектов развития.
- Задаваемая федеральным центром повестка — туризм, кинематограф, патриотизм, городская среда и др. — ведёт к унификации культурного ландшафта, «связывает» небогатые местные ресурсы; города не умеют грамотно использовать федеральные инициативы, увязывать их с локальными культурными задачами.
- Городские элиты везде разрознены, они не выстраивают общую позицию по локальной специфике/идентичности, не создают аутентичного городского культурного и политического пространства, не продвигают собственно местную культуру вовне.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ГОРОДОВ ПО УРОВНЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ И РОЛИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ПОВЕСТКЕ КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ

- Довольно развитый общественный сектор, реализующий локальные культурные проекты, но он слабо консолидированный и не влиятельный
- «Голова властей повернута в сторону Москвы», нет готовности к инновационной культуре

- Самостоятельная городская позиция и повестка очень слабые
- Общественный сектор не влиятелен
- Доминирующая лояльность федеральному центру тормозит важные локальные проекты



- Самостоятельная позиция власти и городских элит относительно будущего города созрела
- «Зеленый свет» для проектов, работающих с локальной спецификой и местных культурных продуктов
- Зачатки общественного договора

- Активно формируется локальная повестка развития
- Главный драйвер – власти (как правило, областное руководство)
- Не общественный, а административный договор

СУБЪЕКТЫ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРЫ: ПРИЗНАННЫЕ И НОВЫЕ УЧАСТНИКИ

С какими институциями/субъектами связана инновационность и развитие?
Новые игроки с внеотраслевой мотивацией представляют новые типы деятельности, связанные с экономикой будущего, формулируют запрос на переформатирование городской среды и являются стейкхолдерами современных стилей жизни и культурных продуктов

Признанные

- Региональные власти
- Администрации города/
Департаменты культуры
- Бюджетные учреждения культуры
- Благотворительные фонды
- Спонсоры/крупный бизнес

Новые

- Университеты
- Экспертные НКО в функции агентств развития
- Неформальные объединения (активизм)
- «Умный» ритейл и отельный бизнес
- Девелоперы новой генерации
- Коммерческие культурные кварталы
- Новые культурные институции: частные музеи и галереи, центры городской культуры и др.
- Культурные деятели
- Бизнесы с рынка образа и стилей жизни, в т.ч. гастрономический сектор

Субъекта, держателя повестки, отличает городское самосознание, внятная позиция по отношению к центру (не копирование, а рефлексия). Также важно, на что опираются региональные элиты — только на экономику (традиционный подход), или и на культуру тоже (новый экономический подход). Новая экономика требует также гражданской, а не только «отраслевой» позиции (я, как житель своего города).

КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА

Есть ли она у региональных столиц? Направлена ли она на развитие? Какие города являются лидерами в реализации эффективных моделей культурной политики и управления?

Результаты исследования

- В большинстве региональных столиц городские/региональные стратегии развития, в том числе в культуре — это «отписки», никак на жизнь не влияющие.
- Большинство региональных столиц, за исключением Екатеринбурга, Перми, Омска, Ижевска, Иваново и Благовещенска, характеризуются традиционной культурной политикой, ориентированной на сохранение статус-кво, воспроизводство традиционных культурных продуктов и услуг, сохранение существующей сети культурных учреждений, использование административно-командных методов управления и деятельность в отраслевой логике, отличающуюся высокой исполнительской дисциплиной органов управления культурой (точное выполнение спущенных с федерального или регионального уровня распоряжений без учета специфики и реальных, актуальных потребностей города).
- Ряд городов отличается традиционной культурной политикой, основанной на сохранении отраслевых подходов и планировании «от производителя», но в деятельности бюджетных организаций, а также независимых культурных игроков уже появляются элементы новизны, современные культурные формы и практики, инновационные продукты и услуги.
- Небольшую пока группу (Екатеринбург, Пермь, отчасти Омск, Ижевск, Иваново) образуют города, в которых постепенно и точечно «прорастают» элементы инновационной культурной политики, нацеленной на развитие на основе культуры и выход на новые культурные рынки, а также начинается включение в этот процесс внеотраслевых акторов (элементы партисипативной политики), культурные продукты которых заметны в культурном ландшафте города.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ГОРОДОВ ПО НАПРАВЛЕННОСТИ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ И ИННОВАЦИОННОСТИ КУЛЬТУРНЫХ ПРОДУКТОВ

- Элементы новых форм и практик — преимущественно в частных инициативах и «внешних» проектах
- Оба сектора — бюджетный и независимый — сильные
- У бизнес-игроков есть позиция по отношению к культуре
- Наличие грамотных проектировщиков



- Попытки самостоятельной культурной политики
- Выход на новые рынки и современные продукты
- Развивается культура участия и партнерства
- Драйвер — сильная губернаторская инициатива

- Культурная политика отраслевая, независимый сектор слабый
- Доминируют мероприятия, а не проекты
- Сеть учреждений культуры в режиме статус-кво
- Доминируют административное управление и выполнение распоряжений без учета специфики города

- Развиваются новые принципы и партнерские модели в культурной политике
- Культурные продукты и деятельность — традиционные
- Слабый общественный запрос на модернизацию

ВЛИЯТЕЛЬНОСТЬ КУЛЬТУРНЫХ БРЕНДОВ

Экспортируют ли региональные столицы свои культурные продукты? Насколько города включены во внешние культурные связи и рынки?

Включенность городов во внешние культурные связи и рынки, с одной стороны, влияние и капитализация локальных брендов, с другой стороны — важные показатели «мощности» и «достижений» местного культурного производства.

Результаты исследования

- Относительно Екатеринбурга, Иркутска, Калининграда, Перми, Ярославля, Ижевска можно говорить о сравнительно большой международной известности их культурных «брендов» в определенных «нишах» — мероприятий, проектов, отдельных личностей, а также общей узнаваемости; из них только Екатеринбург, Пермь и Калининград эксперты отнесли к наиболее капитализированным, монетизированным, экономически успешным.
- У Новосибирска, Омска, Томска, Кемерово, Ярославля сильные локальные бренды, высокая известность на «домашних» культурных рынках и медиа-поле и сравнительно высокая экономическая эффективность.
- У остальных региональных столиц, за редкими исключениями, фактически только локальная культурная узнаваемость/ влияние, при этом очень разный брендовый потенциал для экономики и налаживания кооперационных связей в культуре — достаточно сравнить Чебоксары, Ростов-на-Дону, Воронеж, Тюмень и Норильск.
- Осмысленная работа продвижению культурных брендов — большая редкость. Почти везде это либо идеология культурной уникальности и огромного наследия (заведомо экономически неэффективная, т.к. без реального потребителя и заказчика требует постоянной бюджетной подпитки), либо «логотипы» в интернете и на промподуции; управление узнаваемостью в соцсетях, нишевые медийные проекты, таргетирование — ещё только входят в практику

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ГОРОДОВ ПО ВЛИЯТЕЛЬНОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКОМУ ПОТЕНЦИАЛУ ГОРОДСКИХ БРЕНДОВ

- Региональный, либо страновой масштаб известности, позволяющий привлекать внешние ресурсы



- Бренды относительно известны на международном уровне в своих нишах

- Потенциальные бренды локального масштаба

- «Замороженный» потенциал региональных брендов
- Низкая коммодификация

РАЗНООБРАЗИЕ КУЛЬТУРНОГО ПОЛЯ И КООПЕРАЦИЯ

Наличие заметного и разнообразного внеотраслевого культурного сектора и развитость кооперационных связей является одним из маркеров готовности города к постиндустриальным сценариям развития.

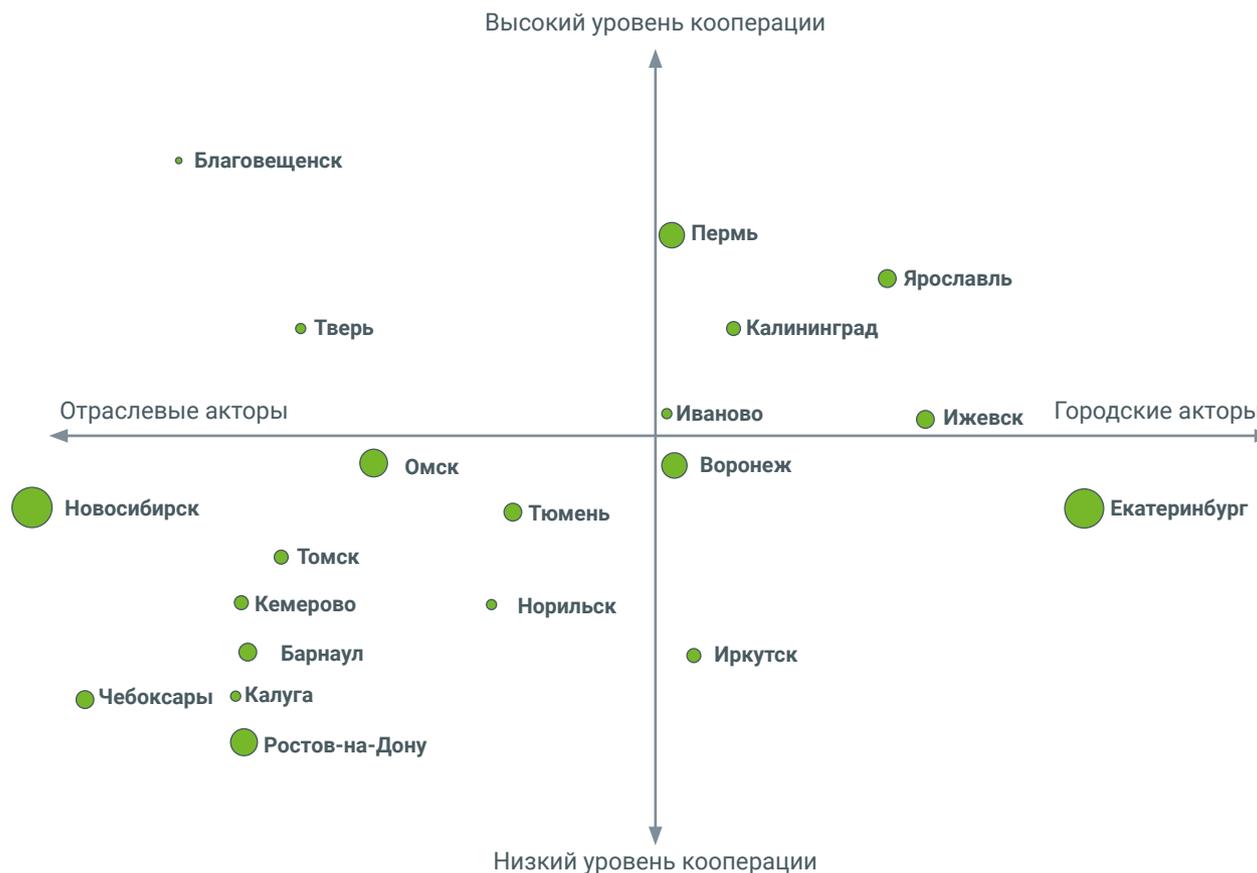
Разнообразие культурного поля, наличие в культурном ландшафте не только бюджетных институций, но и сильных коммерческих и некоммерческих организаций, отдельных деятелей — показатель складывания новой, «кластерной» системы отношений, опирающейся не только на административные взаимосвязи, но и на горизонтальную координацию игроков.

Результаты исследования

- В Екатеринбурге, Ижевске, Ярославле, Калининграде, Перми, Иваново, Воронеже, Иркутске в культуре признаны внеотраслевые акторы; в остальных городах, по-прежнему, доминируют отраслевые организации, независимый сектор культуры практически отсутствует.
- Культура кооперации, её интенсивность и качество — от более привычной внутриотраслевой кооперации между бюджетными институциями к межсекторной кооперации между игроками коммерческого и некоммерческого сектора — важная часть проектной и управленческой культуры, способность действовать в новой логике и не воспринимать любых игроков только как конкурентов за ресурсы. В Благовещенске, Перми, Ярославле, Калининграде, Твери, Иваново, Ижевске регистрируется относительно высокий уровень кооперации. Причины разные — «безвыходность», высокая проектная культура, административное «принуждение», зарождение sharing economy; в остальной, большей части городов, уровень кооперации низкий.
- Хороший пример разницы в уровне менеджерской культуры и культуры партнёрства: если пермские музеи за последние 3 года привлекли 30 грантов благотворительных фондов, то музеи Омска — 5 грантов, Воронежа — 2 гранта.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ГОРОДОВ ПО РАЗНООБРАЗИЮ КУЛЬТУРНОГО ПОЛЯ И КУЛЬТУРЕ КООПЕРАЦИИ МЕЖДУ АКТОРАМИ

- Модель «Культурная мафия»: доминируют отраслевые игроки, высокий уровень кооперации между ними
- Ограниченность ресурсов партнерства за счет однотипности участников



- Модель «Сеть»/«кластер»: высокая диверсификация культурного поля и высокий уровень кооперации
- Конструктивные неформальные отношения игроков
- Существуют независимые проектировщики/кураторы, работающие «между» культурными институтами

- Модель «Советский заповедник»: доминируют отраслевые институты, независимый сектор культуры практически отсутствует, уровень кооперации низкий

- Модель «Клондайк»: субъектов много, связи слабые, партнерств практически нет, латентная конкуренция
- Дружат на персональном, а не на институциональном уровне

ВЫВОДЫ (1): КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТЕ ГОРОДСКОГО РАЗВИТИЯ

- **Культура сегодня — не драйвер новой экономики российских региональных столиц.** И не драйвер совсем не в политическом смысле сегодняшней идеологической контрмодернизации, а в структурном, экономическом. Она, в лучшем и потенциальном случае, условие привлекательности, среда, катализатор и один из младших партнёров точечного роста новой экономики, но, в основном, культура сегодня генерирует не развитие и инвестиции, а затраты и издержки, демпфирует и замедляет переход, а не возглавляет его.
- **Культура сама поляризована между развитием и воспроизводством,** и является прежде всего индикатором увеличивающего разрыва между сосуществующими реальностями индустриального и постиндустриального укладов, между лидерами, догоняющими и безнадежно отстающими городами, показателем слабости общественного сектора, коммуникации, вовлечения, участия и экспертизы.
- **Культура — индикатор начавшихся процессов медленного, непростого и очень точечного, локального «переползания» в новую реальность,** индикатор будущих конфликтов институций и поколений, борьбы за влияние, ресурсы и типы деятельности. Новое и старое сосуществует, но сохранение статус кво, непонимание новой реальности и отсутствие работы с ней только усиливает дифференциацию, расхождение сил внутри городов и между городами.
- **Объем и эффект независимой культурной экономики в ряде городов превысил объем и эффект бюджетной культурной экономики,** что требует управленской рефлексии и специальных исследований.

ВЫВОДЫ (2): КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТЕ НОВОЙ КОНФИГУРАЦИИ СУБЪЕКТОВ РАЗВИТИЯ

- Респонденты из сферы культуры формулируют запрос на институты общественного согласования, коммуникации и экспертизы, поскольку они обеспечивают нормальный уровень принятия решений и защиту от фаворитизма, вкусовщины и финансирования на основе лояльности.
- Значение грамотного менеджмента усиливается, разрыв между усложняющейся и диверсифицирующейся экономикой культуры и управленческими компетенциями властей/сферы культуры растет.
- Первое (общественные организации) и второе (предприниматели и неформальные организации, сообщества) поколения новой субъектности в культуре уже сформировались; при этом движение государственной и муниципальной культурной сети навстречу практикам, связанным со новыми образами жизни и запросами, очень медленное; темпы дифференциации в поле культуры превышают темпы кооперации.
- Новая субъектность начинает определять основной процесс в культурном развитии регионов, на ней «крепятся» проекты развития и новые форматы управления. Роль частных культурных институций будет усиливаться. Эти новые субъекты формируют новую, параллельную старой, инфраструктуру развития.

ВЫВОДЫ (3): КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ

- Во многих городах реализуются проекты обновления, обустройства городской среды и культурных учреждений, но обновление «жесткой», физической инфраструктуры не даст эффекта (часто это просто инерционная или неудачная реконструкция как, например, в Енисейске), **поскольку ему не соответствует развитие «мягкой», культурной инфраструктуры** — образования, новых видов деятельности, новых форматов управления.
- Ряд регионов переживает **смену типа социально-экономического развития, социального и культурного баланса, смену элит и корпоративных культур**. С учетом информационной и медиа революции, ещё не осознанной даже в Москве, формируется несколько параллельных культурных реальностей, каждая со своей инфраструктурой и субъектностью, с их сложными пресечениями. Официальное культурное поле при этом отсекается от реальных, независимых полей культуры.
- **Федеральные инициативы и программы «связывают» почти все региональные ресурсы**. Региональные культурные политики подстроены под центральные веяния (это — в лучшем случае, в худшем — их просто нет, а есть только администрирование), не оставляя пространства и возможностей для локальных программ. Региональных бюджетов не хватает на что-то своё и масштабное.
- Эксперты отмечают необходимость для современного этапа регионального культурного развития **дополнить поддержку социально-культурного проектирования институциональными и инфраструктурными мерами**, особенно, в части «мягких» инфраструктур.



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ
ФОНД ВЛАДИМИРА
ПОТАНИНА

vk /potaninfoundation
f /potaninfoundation
fondpotanin.ru