

УДК 008.001

DOI 10.24411/1999-5407-2020-10202

## АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА: ОПЫТ ТРЕНД-МОДЕЛИРОВАНИЯ<sup>1</sup>

*Л. Б. Зубанова, С. Б. Синецкий, Е. Г. Сыркина*

*Челябинский государственный институт культуры, Челябинск*

*В статье анализируется роль культуры как драйвера развития и значимого символического ресурса современных городов. На основе обобщения материалов работы стратегических сессий, проведенных в Челябинске, моделируются актуальные и перспективные образы развития культурно-досуговой среды города, выделяются дерево проблем, цели, приоритеты и возможные сценарии (инерционный и инновационный) функционирования социокультурного пространства Челябинска.*

**Ключевые слова:** *культура, социокультурное пространство, тренд-сессии, моделирование будущего*

### **Введение**

Проблемы развития социокультурной сферы на современном этапе все чаще оказываются сопряженными с логикой регулируемых PR-воздействий [3; 11] и методов стратегического менеджмента [4], моделирующих образ культуры нового типа.

Идеальной моделью культуры современных мегаполисов и постиндустриальных агломераций видятся полифункциональные, инновационные, диалогичные системы, существующие на пересечении институциональных и, что особенно важно, внеинституциональных уровней самоорганизации и «досуговой кооперации» [12] жителей.

Предложенный Ч. Лэндри образ «креативного города» [6], концепции «экономики впечатлений» [10] и «культурной экономики» [14] акцентируют внимание на культурно-досуговой сфере как особом ресурсе инвестиционной привлекательности и маркере уникальности территорий.

Именно сфера культуры обозначается одним из «главных активов» конкурентоспособности городов и индустрией производства «неосязаемых», но значимых символических объектов: «Они отражают специфические особенности, которые делают любой локус отличным от других и вносят значительный вклад в трансформацию города из пространства производства – в пространство потребления с высокой символической ценностью» [7. С. 342].

Современный этап развития культурных индустрий определяется, по мнению исследователей, двумя основными факторами: активной цифровизацией и изменением структуры и знаков коммуникации в публичной сфере, расширяющими круг платформ и нарушающими привычную иерархию и механизмы влияния в социокультурном пространстве [8. С. 65]. Воздействие этих факторов, хотя и оказывается созвучным духу времени, нередко обнажает и неготовность субъектов сферы культуры действовать в соответствии с новыми «правилами игры», функционировать в режиме опережающего отражения, ориентируясь на построение желаемых образов будущего.

Особенно актуальным данный аспект становится в условиях существования тех локусов, которые традиционно ассоциируются с культурной периферией

<sup>1</sup> Статья подготовлена в мае 2020 года, публикуется впервые.

(противопоставляемой интенсивно развивающимся центрам культурной жизни) и не попадают на высокие позиции «креативного рейтинга городов» [5].

Тем не менее, общая логика понимания культуры как драйвера функционирования территорий, усиление внимания к человеческому капиталу, возрастающая ценность символических благ – неизбежно актуализируют разработку стратегий перехода к новым моделям развития социокультурного пространства в том числе, и в региональных условиях. В данной статье мы обратимся к опыту тренд-моделирования настоящего и будущего социокультурной среды города на примере Челябинска.

### **Методика исследования**

Исследование актуальных и перспективных тенденций развития социокультурной среды осуществлялось в рамках подготовки «Стратегии Челябинска до 2023 года». Выработка согласованных позиций участников относительно настоящего и будущего города (фиксация проблем, приоритетов, целей и задач развития) осуществлялась по методу организации стратегических сессий – групповых дискуссий ведущих специалистов и экспертов в сфере культурно-досуговой деятельности.

От экспертной группы требовалось обозначить ключевые проблемы и стратегические идеи долгосрочного развития сферы культуры города. Дискуссия с участниками (35 человек) модерировалась авторами данной статьи в онлайн-режиме на платформе Zoom.

### **Результаты исследования**

В ходе открытой онлайн-дискуссии с участниками тренд-сессий, основываясь на технологии группового инициирования идей (мозговой штурм), было сформировано дерево проблем, отражающее основные «болевые точки» и неиспользованные возможности эффективного развития современной культурной среды Челябинска:

*Проблемы, информационно-коммуникативной направленности:*

- недостаточное использование потенциала социальных сетей, современных информационных технологий в работе учреждений;
- неполное и бессистемное информационное освещение мероприятий и событий в культурно-досуговой сфере; низкая заинтересованность региональных СМИ в их информационном продвижении;
- отсутствие полной информации о культурно-художественных запросах, интересах и ожиданиях населения; слабо дифференцированный подход в работе с аудиторией, не выстроенная система коммуникаций с отдельными социально-демографическими группами;
- неиспользованный в полной мере потенциал вовлечения аудитории в содержание мероприятий (развитие культуры сотворчества), возможностей реализации человека в демонстрации своих талантов, раскрытии себя.

*Проблемы развития инфраструктуры в сфере культуры и досуга:*

- устаревшая материально-техническая база и недостаточное финансирование сферы культуры; неравномерность распределения культурно-досуговых учреждений в районах города;
- неразвитая городская среда (эстетический и архитектурный облик, инфраструктурное разнообразие), проблемы с благоустройством общественных пространств, дефицит досуговых зон.

*Проблемы содержательно-смысловой направленности в работе культурно-досуговых учреждений (КДУ):*

- проблемы восприятия учреждений культурно-досуговой сферы (стереотипы, непривлекательный имидж), неэффективная система их брендинга и позиционирования;

- недостаточный учет возможностей конструирования мифов и легенд, объединяющих жителей вокруг значимых мероприятий и событий в сфере культуры;
- низкий уровень проектного мышления работников КДУ, отсутствие навыков оформления и продвижения творческих идей, поиска дополнительных ресурсов, направленных на реализацию культурно-художественных проектов;
- однообразие культурно-художественного предложения, отсутствие установки на создание креативной, эксклюзивной и уникальной культурной повестки
- деградация социальной среды, алкоголизация и маргинализация населения, выступающие реальным препятствием в переходе на современный тип позитивного досуга.

*Проблемы организационно-управленческого характера:*

- локальный уровень организации мероприятий, неэффективная система кооперации между учреждениями, слабая координация в реализации совместных мероприятий, отсутствие установки на создание творческих коллабораций;
- излишняя регламентация и бюрократизация в регулировании сферы культуры; несовершенство правовой базы, препятствующее свободе реализации творческих инициатив.

На следующем этапе работы экспертной группы осуществлялась оценка приоритетности выделенных в ходе обсуждения проблем (процедура ранжирования проблем) и, соответствующих, направлений совершенствования сферы культуры и досуга.

По итогам экспертного анализа перечисленных проблем, выполненного на втором этапе исследования, к наиболее значимым приоритетам, развития современной культурно-досуговой среды были отнесены:

- модернизация средового подхода в организации культурно-досуговой жизни города: интенсивное развитие современных выставочных пространств, досуговых зон, культурных локусов как «точек притяжения» аудитории;
- эффективное использование инструментов брендинга и позиционирования культурно-досуговых учреждений, преодоление стереотипности их восприятия как архаичных учреждений советского типа;
- повышение уровня компетентности сотрудников КДУ в информационном продвижении мероприятий и событий культурно-художественной сферы города к целевым аудиториям; формирование проектного подхода к разработке знаковых мероприятий и событий Челябинска, объединяющих жителей на основе узнаваемых позитивных ассоциаций.

### **Обсуждение**

Выделенное многообразие существующих проблем следует рассматривать не столько с позиций объективно наличествующих (устойчивых в своей непреодолимости) трудностей, сколько как совокупность противоречий, разрешение которых будет способствовать эффективному преобразованию культурной среды.

Очевидным представляется необходимость выработки единой и согласованной концепции развития культурно-досуговой сферы города и области (поиск стратегии и программ развития, перспективного видения работы КДУ, их миссии) как ориентира региональной культурной политики [9]. Переход на уровень концептуального видения и координации работы учреждений из условного «методологического центра», позволит уйти от реактивного типа деятельности, предполагающего не «работу на опережение», а реагирование на ситуативно возникающие (текущие) задачи.

Основываясь на методологии тренд-моделирования, современный этап развития социокультурного пространства Челябинска рассматривается авторами как этап

самоопределения между двумя гипотетическими сценариями, моделирующими образы будущего города.

*Инерционный сценарий* вероятен в случае игнорирования выявленных противоречий. В этом случае указанные проблемы будут воспроизводиться с тенденцией к усилению и, соответственно, культурно-досуговая сфера будет сохраняться как периферийная отрасль городского хозяйства, а ее потенциал как одного из драйверов экономики не будет реализован в полной мере.

Последствия реализации подобного сценария повлекут досуговое расслоение населения Челябинска на меньшинство, которое может обеспечить себе (своей семье) качественный развивающий досуг и большинство, потребляющее условный норматив «простых услуг»: воспроизводство архаичных форм досуговой деятельности с тенденцией к упрощению (по сути – медленная деградация культурной среды).

При возможном действии инерционного сценария станет очевидным колониальный тип миграции (отток экономических драйверов, приток экономических потребителей) и постепенное снижение потенциала внутренней экономики за счет ухудшения качества населения (негативное замещение, деинтеллектуализация и т.п.).

Челябинск останется потребителем внешнего ивент-контента, а, следовательно, драйверы привлекательности продолжают находиться за его пределами, в других регионах. Последнее будет одним из факторов сохранения пониженного имиджа города по сравнению с регионами-производителями ивент-контента, спровоцирует затухание интереса к городу у молодых поколений, требующих включенности в яркую, разнообразную культурно-событийную среду. Возникнут трудности с формированием конкурентного имиджа Челябинска в глазах уважаемых инвесторов, учитывающих социокультурную ситуацию при принятии решения о целесообразности инвестирования.

*Инновационный сценарий* вероятен в случае системного, последовательного и согласованного решения поставленных задач. В соответствии с этим сценарием, культурно-досуговая сфера постепенно будет выполнять функцию драйвера городского хозяйства, обеспечивая его экономическую эффективность за счет повышения качества социальной среды.

Результат данного сценария:

- рост качества социально-культурной среды, выравнивание досугового потребления с ростом обращения к уважаемым формам и продуктам досуговой деятельности;
- рост творческой активности населения в различных областях деятельности.
- замедление или остановка колониального типа миграции за счет сохранения и увеличения количества экономических драйверов, возрастания культурных потребностей населения;
- постепенное повышение потенциала внутренней экономики за счет роста качества населения (знаний компонент, интеллектуальный компонент, снижение вредных привычек и т. п.).

Кроме того, будет сформировано (или существенно усилено) «чувство принадлежности» к городу у молодого поколения, что вполне может повлиять на снижение динамики отъезда представителей наиболее образованных и экономически активных слоев населения. Ивент-процесс станет автономным экономическим социокультурным кластером Челябинска, сформировавшись до уровня индустрии. Последнее не только уменьшит дотационность (в ряде случаев она неизбежна), но и по отдельным позициям выведет ивент-индустрию в прибыльные сегменты бизнеса.

### **Заключение**

Актуальной тенденцией в развитии социокультурного пространства видится нам формирование *культуры со-участия* – как особой установки на открытость и

взаимодействие различных культурно-досуговых учреждений (по типу коллабораций); установление устойчивых связей с общественными институтами и, непосредственно, – с жителями. Идеи соучастия, иммерсивности и партиципаторности [13], превращение культурной среды не в «место созерцания», но в «место события» [2. С. 24] предопределяют поиск потенциальных «точек роста» территорий внутри именно местного сообщества.

Анализ региональных практик показывает, что «культура способна стать ресурсом развития территории, изменить отношение к своему родному поселку и городу благодаря личному участию жителей в создании общественных мест для социокультурных коммуникаций, организации и проведении праздничных событий, вовлекающих всех желающих в их подготовку. Уже сегодня успешные проекты изменили культурную среду многих российских поселений, потому что ее качество и параметры определяются талантами и творчеством проживающих в них людей» [1. С. 75]. Особенно очевидна роль культуры применительно к регионам, «нагруженным» промышленно-индустриальными смыслами (к подобным регионам относится и Челябинская область). С одной стороны, подобный имидж вполне органично мыслится базой инновационной модернизации (за счет использования высоких производственных технологий, развития научно-технического сектора, военно-промышленного комплекса), с другой – нуждается в своеобразной эстетизации, акцентировании внимания на культурно-творческом многообразии территории как ресурсе ее инновационного развития в современной постиндустриальной эпохе. Научно-техническое лидерство, инвестиционная привлекательность и гармоничное воспроизводство человеческого капитала – невозможны без адекватно представленного и транслируемого современного культурно-художественного образа – соединяющего в себе опору на традиции и инновационно-креативные практики.

Генерируя различные подходы, осуществляя стратегический анализ и выбор сценариев развития той или иной территории – инициативное городское сообщество формирует образ собственного будущего, воплощает созданные идеальные модели в практику реальной жизни.

### Список литературы

1. Астафьева, О. Н., Синецкий С. Б. Философские и прикладные аспекты культурной политики на поселенческом уровне // Вестник культуры и искусств. 2017. № 4 (52). С. 70–80.
2. Гройс, Б. В потоке. М.: Ад Маргинем Пресс, 2018.
3. Жарков, А. Д. Технология культурно-досуговой деятельности. М.: ИПО «Профиздат», 2002.
4. Жирова, М. Б. Современные методы управления культурно-досуговой сферой: региональный опыт // Ученые записки. 2012. № 2 (102). С. 268–272.
5. Индекс креативного капитала. URL <https://www.pwc.ru/ru/publications/creative-capital-index.html> (дата обращения: 25.05.2020).
6. Лэндри, Ч. Креативный город. М.: Издательский дом «Классика XXI века», 2006.
7. Метелева, Е. Р. Креативные индустрии и экономика города // Региональная Россия: история и современность. 2018. № 1. С.340–347.
8. Новикова, А. А. «Культурные индустрии» как часть публичной сферы: трансформация форм соучастия // Художественная культура. 2020. № 1 (32). С. 65–86.
9. Ориентиры культурной политики XXI века: актуальные исследовательские тренды: коллектив. моногр. / Л. Б. Зубанова, Н. Л. Зыховская, А. Ю. Павлова, С. Б. Синецкий, М. Л. Шуб. Челябинск: ЧГИК, 2019.

10. Пайн, Д., Гилмор, Д. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. М.: Вильямс, 2005.
11. Патюкова, Р. В. Специфика PR-сопровождения при продвижении учреждений культурно-досуговой сферы: коммуникативный аспект // Вестник Пятигорского университета. 2019. № 1. С. 115–118.
12. Рукша, Г. Л., Кудрина, Е. Л. Интеллектуальный досуг жителей мегаполисов: проблемы и пути решения // Мир науки, культуры, образования. 2011. № 6-2 (31). С. 240–241.
13. Саймон, Н. Партиципаторный музей. М.: Ад Маргинем Пресс, 2017.
14. Florida, R. The rise of creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life. NY: Basic Books, 2003.

## CURRENT DEVELOPMENT TRENDS OF THE SOCIO-CULTURAL SPACE OF MODERN CITY: EXPERIENCE OF TREND MODELING

**L. B. Zubanova**

*Chelyabinsk State Institute of Culture, Chelyabinsk, milazubanova@gmail.com*

**S. B. Sinetskii**

*Chelyabinsk State Institute of Culture, Chelyabinsk, sbs62@mail.ru*

**E. G. Syrkina**

*Chelyabinsk State Institute of Culture, Chelyabinsk, e.syrkina@mail.ru*

*The article analyzes the role of culture as a significant symbolic resource of modern cities. Based on a summarizing of the strategic sessions held in Chelyabinsk, we can observe how actual and perspective development images of the cultural and leisure environment of the city are modeled, but a tree of problems stands out, goals, priorities and possible scenarios (inertial and innovative) of the functioning of the socio-cultural space of Chelyabinsk.*

**Key words:** culture, socio-cultural space, trend-sessions, modeling of the future.

### References

1. Astaf'eva, O. N. and Sineczkij, S. B. (2017) *Filosofskie i prikladny`e aspekty` kul`turnoj politiki na poselencheskom urovne* [Philosophical and applied aspects of cultural policy at the settlement level], in: *Vestnikkul`tury` iiskusstv* [Bulletin of Culture and Arts]. No. 4 (52), pp. 70–80. (In Russ.).
2. Grojs, B. (2018) *V potoke* [In the flow]. Moscow: Ad Marginem Press. (In Russ.).
3. Zharkov, A. D. (2002) *Tekhnologiya kul`turno-dosugovoj deyatel`nosti* [Technology of socio-cultural activities]. Moscow: IPO «Profizdat». (In Russ.).
4. Zhirova, M. B. (2012) *Sovremenny`e metody` upravleniya kul`turno-dosugovoj sferoj: regional`ny`j opy`t* [Modern methods of management of cultural and leisure areas: regional experience], in: *Ucheny`e zapiski* [Uchenye zapiski]. No. 2 (102), pp. 268–272. (In Russ.).
5. *Indeks kreativnogo kapitala* [Creative Capital Index], available at: <https://www.pwc.ru/publications/creative-capital-index.html>, accessed 25.05.2020. (In Russ.).
6. Le`ndri, Ch. (2006) *Kreativny`j gorod* [The Creative City]. Moscow: Publishing house «Classics of the twentieth century». (In Russ.).

7. Meteleva, E. R. (2018) Kreativny`e industrii i e`konomika goroda [Creative industries and city economics], in: *Regional`naya Rossiya: istoriya i sovremennost`* [Regional Russia: history and modernity]. No. 1, pp. 340–347. (In Russ.).
8. Novikova, A. A. (2020) «Kul`turny`e industrii» kak chast` publichnoj sfery`: transformacziya form souchastiya [Cultural Industries as a Part of the Public Sphere: The Transformation of the Forms of Participation], in: *Khudozhestvennaya kul`tura* [Artistic culture]. No. 1 (32), pp. 65–86. (In Russ.).
9. *Orientiry kul`turnoy politiki XXI veka: aktual`nye issledovatel`skie trendy* (2019) [Cultural policy guidelines of the XXI century: current research trends]. Chelyabinsk: ChGIK. (In Russ.).
10. Pajm, D., Gilmor, D. (2005) *E`konomika vpechatlenij. Rabota – e`to teatr, a kazhdy`j biznes – scena* [The Experience Economy: Work Is Theater and Every Business a Stage]. Moscow: Vil`yams. (In Russ.).
11. Patyukova, R. V. (2019) Speczifika PR-soprovozhdeniya pri prodvizhenii uchrezhdenij kul`turno-dosugovoj sfery`: kommunikativny`j aspekt [The specifics of PR-support in the promotion of cultural and leisure facilities: a communicative aspect], in: *Vestnik Pyatigorskogo universiteta* [Bulletin of the Pyatigorsk University]. No. 1, pp. 115–118. (In Russ.).
12. Ruksha, G. L. and Kudrina, E. L. (2011) Intellektual`ny`j dosug zhitelej megapolisov: problemy` i puti resheniya [Intellectual leisure of megapolitans: problems and ways of their solving], in: *Mir nauki, kul`tury`, obrazovaniya* [World of Science, Culture, Education]. No. 6-2 (31), pp. 240–241. (In Russ.).
13. Sajmon, N. (2017) *Participatorny`j muzej* [The Participatory Museum]. Moscow: Ad Marginem Press. (In Russ.).
14. Florida, R. (2003) *The rise of creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. NY: Basic Books.

**Зубанова Людмила Борисовна** – доктор культурологии, профессор, профессор кафедры культурологи и социологии культурологического факультета, Челябинский государственный институт культуры.

milazubanova@gmail.com

**Синецкий Сергей Борисович** – доктор культурологии, проректор по научно-исследовательской и инновационной работе, Челябинский государственный институт культуры.

sbs62@mail.ru

**Сыркина Елена Георгиевна** – соискатель кафедры культурологии и социологии культурологического факультета, Челябинский государственный институт культуры; директор МБУК «Центр культурно-информационной деятельности».

e.syrkina@mail.ru