

# *Исследование и систематизация корпуса локальных культурных брендов Российской Федерации*

## **Актуальность**

Значительную часть культурного богатства России составляют культурные объекты, практики и ремесла, локализованные на местном уровне.

Продвижение и поддержка всех выделяемых на территориях локальных брендов России затруднительно из-за того, что только в первом приближении их число превышает 10 тысяч.

Неоднократные попытки выделить ограниченное число «главных культурных брендов» России неизбежно приводило к искусственности, неполноте либо шаблонности выбора.

Популярная последние 12 лет тема разработки брендов регионов и городов показала ограниченность сферы своего применения и удаленность от понятия «живое культурное наследие».

## **Цель**

Настоящее исследование было призвано выявить в огромном массиве локальных культурных брендов живой структурированный корпус явлений, несущих на себе и формирующих региональную и национальную идентичность – многослойный «культурный код» территории.

Эта «Таблица культурных элементов» призвана стать базовым «культурным текстом» России, драйвером для связанных с ними территориальных культурных кластеров и сетей.

Этот корпус культурных брендов обязан быть привлекательным как для российских, так и для зарубежных аудиторий, заинтересованных в путеводителе по избранному культурному контенту регионов и страны (туристы, инвесторы, бизнес, учёные, студенты)

Такая систематизация и «энергетическая ценность» каждого выбранного бренда, а также кейсы с их включением в экономическую деятельность делают результаты данного исследования очень ценными еще для одной целевой аудитории – проектировщиков в сфере туризма, культуры, общественных и инвестиционных проектов

## **Реализация**

В январе-июне 2019 года в рамках проекта «Живое наследие» при поддержке Фонда Президентских грантов было проведено исследование и выбор ТОП-500 ключевых культурных брендов России, имеющих локализацию на территории страны. В ходе первых итераций были определены контуры массива локальных брендов, привлекательных для целевых аудиторий и одновременно – поддающихся описанию и систематизации. Стартовая гипотеза о базовом подходе, аналогичном формированию списков Всемирного наследия ЮНЕСКО, была скорректирована в сторону расширения объектов и в сторону большего разнообразия вовлекаемых актуализируемых списков культурных брендов, формируемых в сходных целях.

После ряда публичных обсуждений и апробаций на основе консенсуса была найдена оптимальная структура «матрицы локальных брендов», в значительной мере представленной в регионах и эффективно задействованной в живых практиках:

- Поселения
- Культурные сооружения и комплексы
- Природные объекты и явления

- Традиции и промыслы
- Даты и события
- Гении места
- Гастрономические бренды
- Образы

Расширенный корпус объектов, внесённых в пространство исследования, насчитывал более 2500 тысяч объектов, из которых была произведена дополнительная выборка в структуре классификатора - «матрице локальных брендов». Из этого массива жюри (список – в презентации проекта), итоговое заседание которого состоялось 5 июня 2019 г. выбрало свыше 500 ключевых объектов, явлений, практик и великих людей.

Для обеспечения максимальной объективности отбора были учтены и систематизированы локальные бренды, уже фактически получившие публичное национальное признание через различные форматы:

- неофициальные национальные референдумы,
- государственные и ведомственные нормативные документы,
- регламентированные экспертные опросы,
- присутствие в международных рейтингах.

### **Списки нормативных документов, референдумов, экспертных отраслевых списков, выявивших избранный корпус локальных брендов к началу проекта «Живое наследие»:**

#### Государственные нормативные документы:

- Государственный свод особо ценных объектов культурного наследия народов Российской Федерации Указы Президента РФ (1991 – 2016)
- Дни воинской славы ФЗ 1995 года
- Курорты федерального значения. Постановления правительства РФ 1994-2006 г.

#### Международное признание:

- Входят в список Всемирного наследия ЮНЕСКО (материальные объекты) (1990-2017)
- Входят в список Всемирного наследия ЮНЕСКО (нематериальное творчество) (2001, 2005)
- Нобелевские лауреаты
- Международные рейтинги (Tripadvisor, топ-100 музеев мира по посещаемости TheArtNewspaper, и др)

#### Нормативные документы ФОИВ:

- Список исторических поселений России по приказу Министерства культуры РФ и Министерства регионального развития РФ 2010 года
- «Об утверждении перечня организаций народных художественных промыслов, поддержка которых осуществляется за счет средств федерального бюджета» (Приказы Минпромторга РФ 2010-2016 гг)

#### Референдумы (полуфиналы – участие и внутренних и внешних к территории голосов)

- «7 чудес России» (2007)
- «Всемирный следопыт» (2007)
- «Имя России» (2008)
- «7 чудес Финно-угорского мира» (2010)
- «Россия 10» (2013)
- «Великие имена России» (2018)

#### Экспертные отраслевые списки

- Национальный календарь туристических событий при поддержке Минкульта РФ (2013 г)
- Гастрономическая карта России при поддержке Ростуризма РФ (2017)

Работа с избранными ранее брендами через различные механизмы и форматы позволило «откалибровать» значимость объектов и базовые критерии.

Небольшое число локальных брендов было также добавлено членами жюри в ТОП-500 из числа тех, которые наиболее показательно характеризуют культурные явления и процессы в стране, либо нуждаются в особом внимании для обеспечения их сохранения.

### ***Результаты и следующие шаги***

В ходе реализации исследования:

- выработаны критерии для отбора и последующего размещения локальных культурных брендов (локальных культурных событий, объектов и практик) на специализированной интернет-платформе.
- сформирован классификатор локальных культурных брендов (локальных культурных событий, объектов и практик)
- определен стандарт описания локального культурного бренда (локального культурного события, объекта и практики).

Как итог - проведено кабинетное исследование, по результатам которого сформирована базы данных, включающая свыше 500 локальных культурных брендов (локальных культурных событий, объектов и практик), выявленных на основе общедоступных источников. Информация о локальных культурных брендах (локальных культурных событиях, объектах и практиках), отобранных членами рабочей группы, размещается на интернет-платформе «Живое наследие».