

Интернет-журнал «Отходы и ресурсы» <https://resources.today>
Russian Journal of Resources, Conservation and Recycling

2025, Том 12, № 1 / 2025, Vol. 12, Iss. 1 <https://resources.today/issue-1-2025.html>

URL статьи: <https://resources.today/PDF/09INOR125.pdf>

DOI: 10.15862/09INOR125 (<https://doi.org/10.15862/09INOR125>)

2.3.4. Управление в организационных системах (технические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Дианова, Ю. В. Роль культуротворчества в управлении организационными проектами на неурбанизированной территории / Ю. В. Дианова, С. А. Дианов // Отходы и ресурсы. — 2025. — Т. 12. — № 1. — URL: <https://resources.today/PDF/09INOR125.pdf>. DOI: 10.15862/09INOR125.

For citation:

Dianova Yu.V., Dianov S.A. The role of cultural creativity in the management of organizational projects in non-urbanized areas. *Russian Journal of Resources, Conservation and Recycling*. 2025;12(1): 09INOR125. Available at: <https://resources.today/PDF/09INOR125.pdf>. DOI: 10.15862/09INOR125. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 004; 911.37

Дианова Юлия Викторовна

ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», Пермь, Россия
Доцент кафедры «Дизайна, графики и начертательной геометрии»
Кандидат культурологии
E-mail: julok1@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8798-0993>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=762172

Дианов Сергей Александрович

ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», Пермь, Россия
Профессор кафедры «Государственного управления и истории»
Доктор исторических наук, доцент
E-mail: sadianov@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6536-6853>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=574491

Роль культуротворчества в управлении организационными проектами на неурбанизированной территории

Аннотация. В статье рассматривается круг вопросов, посвященных изучению особенностей социокультурного развития населенных территорий. Основное внимание уделяется неурбанизированным территориям, которым в стратегических документах уделяется роль «спутника» городских агломераций. Объектом исследования выступают культурные образования как организационные системы, условия их саморазвития и самоорганизации. Целью исследования является определение основных субъектов культуротворческой деятельности на неурбанизированной территории с определением их роли в управлении организационными проектами. Исследование проводилось в системной парадигме, основывающейся на теории систем. В ее рамках представляется возможным выявление характерных для разных типов неурбанизированных территорий форм демонстрации творческой активности и проектного действия. Территориальные границы работы ограничены поселениями Пермского края (историческая территория Верхокамья). Выбор села Сепыч обусловлен типичной ситуацией, сложившейся в поселенческих общностях региона. Несмотря на наличие культурных организаций с развитой сетевой структурой, как и успешных практик

реализации самодеятельного творчества, население сокращается быстрее среднероссийских темпов, люди уезжают в малые и средние города. Одним из результатов проведенного исследования стало рассмотрение местного Дома культуры как организационной системы. Применяя метод включенного наблюдения, были выявлены основные формы культуротворческой деятельности, которые обеспечивали ее сетевые структуры. В процессе реализации типовых операционных организационных проектов они выступают и в роли управляющих органов, и в роли управляемых субъектов. Согласно авторской позиции, при определенных условиях сетевые структуры способны участвовать в осуществлении перспективных маркетинговых организационных проектах. В настоящий момент актуально и востребовано участие Дома культуры в геокультурном брендинге территории. В заключении отмечается, что креативные проектно-сетевые организационные проекты хорошо сочетаются с принципами развития геокультуры поселения — саморазвития и самоорганизации.

Ключевые слова: организационная система; организационный проект; сетевые структуры; организация культуры; культуротворческая деятельность; территория; геокультура; геокультурный брендинг

Введение

За последние двадцать лет исследование сферы пространственного развития населенных территорий в России приобрело новаторский характер. В фокусе научного внимания оказались проблемы развития крупных, средних и малых городов. Оказались востребованными концепт-идеи представителей зарубежной урбанографии [1–3], и взгляды ранее известных лишь узкому кругу специалистов отечественных мыслителей-«городоведов» [3–5]. В то же время несколько утасла полемика о состоянии и перспективах развития неурбанизированных территорий, включая сельские поселения. В Стратегии пространственного развития РФ на период до 2030 г. с прогнозом до 2036 г. в числе базовых понятий можно видеть преобладание урбанистической специфики («городская агломерация», «средний город», «малый город», «ядро городской агломерации», «минерально-сырьевой центр»).¹ В этом же документе приведены статистические данные о динамике сокращения численности сельского населения страны: за 2002 г. по 2021 г. — с 38,9 млн до 37,2 млн чел. (с 26,7 % до 25,3 %). Значительное сокращение приходится на поселенческие общности, располагающиеся за пределами городских агломераций. Можно с уверенностью приветствовать появление в Стратегии понятий «опорный населенный пункт» и «прилегающая территория», которые, очевидно, призваны заместить категорию «сельская территория». ² В силу характерных черт культуросоциальности местных сообществ России многие неурбанизированные территории обладают большим ресурсным потенциалом для развития. Формы проектной деятельности по организации пространства включаются в бытовую повседневность селян, в домохозяйство и сферу их деловой активности. Тесно взаимодействуя друг с другом, решения или конкретные шаги людей приобретают проектно-инновационный характер. Это обуславливает потребность в комплексном изучении рассматриваемых явлений, и в первую очередь с позиции системного подхода.

¹ Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2030 года с прогнозом до 2036 года, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 28 декабря 2024 г. № 4146-р // Официальный сайт Правительства РФ. — Режим доступа — <http://government.ru/docs/all/157308/> (дата обращения: 03.02.2025).

² Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 13 февраля 2019 г. № 203-р // Официальный сайт Правительства РФ. — Режим доступа — <http://static.government.ru/media/files/UVAIqUtT08o60RktoOXI22JjAe7irNxc.pdf> (дата обращения: 03.02.2025).

Объектом исследования выступают культурные образования (учреждения) как организационные системы, условия их саморазвития и самоорганизации.

Цель исследования — выявление основных субъектов культуротворческой деятельности на неурбанизированной территории с последующим определением их роли в управлении организационными проектами.

Территориальные рамки исследования ограничены населенными пунктами Пермского края (историческая территория Верхокамья).

Материалы и методы

Исследование проводилось в системной парадигме, основывающейся на теории систем. Под организационной системой понимается объединение людей, совместно реализующих некоторую программу или цель, и действующих на основе определенных процедур и правил [7]. Такими ОС признаны культурные образования в поселении: библиотека, дом культуры, культурно-досуговый центр и др. Организационный проект (ОП) определяется как ограниченное во времени целенаправленное изменение организационной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией [8]. Применение в исследовании понятий геокультура, геобрендинг и геокультурный бренд опирается на теорию геокультурного брендинга городов и территорий [9]. Вместе с тем, авторский вариант определения «геокультуры» заключается в следующем: это сложная система, состоящая из множества геокультурных образов и множества культуротворческих действий, совершаемых над этими образами.

В качестве методов в работе применялись системный анализ, структурный анализ, формально-логический анализ, феноменологический метод, теория графов, метод включенного наблюдения.

Результаты и обсуждения

Дом культуры как организационная система

Исходя из положений Стратегии пространственного развития РФ на период до 2030 г. с прогнозом до 2036 г. (далее: Стратегия) крупные сёла в регионах РФ могут претендовать на позиции «опорного населенного пункта». В Пермском крае насчитывается несколько десятков таких неурбанизированных территорий. В настоящем же исследовании в качестве образцового примера было выбрано село Сепыч Верещагинского муниципального округа. Этот населенный пункт входит в историческую область Верхокамья и знаменит яркими образами традиционной культуры и старообрядческого подвижничества.

В Сепыче динамичными темпами развиваются формы культуротворческой деятельности. *Культуротворчество в сельской округе* — это особый вид повседневной активности людей, демонстрирующих понимание важности раскрытия геокультурного потенциала места их проживания, пользующихся приёмами интеллектуально-эмоциональной вовлеченности и доступными средствами самодеятельного творчества, результаты которой используются как в пределах домохозяйственной локации, так и для продвижения аттрактивных образов поселения в пространстве региона, страны, ближнего зарубежья [10]. В числе субъектов такой деятельности можно указать культурные институции, коллективные и индивидуальные домохозяйства, творческие группы жителей (например, ансамбли художественной самодеятельности), признанных мастеров народного творчества, и талантливых людей, занимающихся популяризацией «самодельных» творческих практик.

Дом культуры в с. Сепыч, известный также как Сепычѳвский центр досуга, на протяжении многих лет известен жителям и многим приезжим людям как место притяжения, рождения и преобразования полезных культурных инициатив. Исходя из понимания в настоящем исследовании сущностных характеристик организационной системы (ОС), выделим признаки таковой в рассматриваемой организации, как-то:

- Дом культуры — это некоммерческая организация, имеющая публичный статус культурно-досугового центра (по Уставу) на территории муниципального образования — Верещагинского муниципального округа.
- Дом культуры — это объединение людей, на профессиональной основе совместно реализующих программы и проекты в сфере социокультурного развития села и прилегающих территорий (деревни, починки).
- Дом культуры — организация, где управление является видом практической деятельности, то есть деятельностью по организации деятельности [7] (включая культуротворческую деятельность). Соответственно, и управляющий орган, и управляемая система являются субъектами деятельности по организации пространства.
- Дом культуры — это люди, социальное взаимодействие которых строится как на определенных правилах, закрепленных в нормативных документах, так и на принципах доверия, взаимовыручки и понимания солидарной ответственности за общее дело социокультурного развития территории.

Таким образом, Дом культуры выступает как организационная система (ОС), играющая весомую роль в территории. Приведем конкретные примеры.

В феврале 2021 г. Л.С. Мельник, руководитель центра досуга, стала номинантом конкурса народного признания «Людам нравится!», в номинации «Человек с большой буквы» (муниципальный уровень). Члены инициативной группы, характеризуя достижения своего лидера, рассказали и о той миссии, которую несет их совместная деятельность:

«Не секрет, что сельские дома культуры — это точки притяжения местных жителей. Здесь селяне могут и отдохнуть, и развлечься. Похвастаться своими талантами и оценить таланты односельчан. Сепычѳвский центр досуга — как раз такое бойкое место. Здесь всегда поют, танцуют, что-то придумывают, проводят праздники. В центре работает сплочѳнная команда под руководством Людмилы Сергеевны Мельник. Первоочередная задача творческого коллектива — создавать условия для раскрытия талантов жителей села...».³

Имиджевыми для Дома культуры стали массовые культурные мероприятия, проводимые на регулярной основе. Среди них фестивали русской крестьянской кухни «Ярушник» и «Хлобосольная сторонущка», яркие концертные программы вокальных ансамблей «Калинка», «Лада», «Гармония», танцевального коллектива «Уралочка». По словам Л.С. Мельник целями является создание атмосферы для повседневного творческого действия: «Показываем именно жизнь территории, какие у нас люди, что они любят, как общаются, как раскрываются творчески, какие они красивые и умные. Мы их просто любим!».³ При этом, задача по вовлечению максимального числа людей в культуротворческую деятельность решается и методом создания *сетевых структур* (СС).

Согласно определению, данному А.Д. Новиковым, сетевые структуры — это такие структуры организационных систем, в которых одни и те же субъекты могут выступать как в

³ Патриот своего села, патриот своего дела // VERINFO: сетевое издание. 2021. 24 февраля. — Режим доступа — <https://www.verinfo.ru/index.php/proekty/item/95-patriot-svoego-sela-patriot-svoego-dela> (дата обращения: 08.02.2025).

роли управляющих органов, так и в роли управляемых субъектов, то есть вступать в сетевое взаимодействие [7]. Сетевыми структурами Дома культуры выступают творческие инициативные группы в прилегающих к с. Сепыч населенных пунктов. Как правило, они представлены яркими людьми, которые действуют от имени локальных (деревенских) сообществ и в интересах этих сообществ. «Деревня Верх-Лысьва — добрая, задушевная, все понимающая Таня Сухорская. Этот клуб больше похож на избу-читальню, место для поселковых встреч за чаем. Заполье — молодая, амбициозная, перспективная Вера Ознобихина. Много работает с людьми, они стали её понимать. Кривчана — интеллигентный, даже вкрадчивый, подход к каждому старательных Алевтины Пьянковой и Галины Фоминой. В Соколово тяготеют к фольклору, народному творчеству. Любовь Тиунова всё время в поиске, с каждым годом её работа всё интереснее», — такими словами охарактеризовала своих коллег Л.С. Мельник.³

В период пандемии коронавируса именно по инициативе сетевых структур в социальной сети ВКонтакте было создано земляческое сообщество «Сепыч культурный». Сегодня оно объединяет свыше 3,8 тыс. людей, и нередко такой формат называют «окном» в Сепычëвскую землю. Благодаря такому охвату аудитории стали возможны онлайн трансляции выступлений местных групп самодеятельного творчества. Ежедневно на странице сообщества появляются видеорецепты местной кухни, особый интерес у жителей вызывали заметки с поэтическими текстами в «народном календаре».⁴ Указанный пример, в частности, подтверждает положение о том, что современные организационные системы обязательно используют информационные технологии как связующую основу, повышающую эффективность организационной системы [11].

Культуротворчество и организационные проекты

Культуротворческие инициативы субъектов, воплощённые в проектно-инновационные действия, являются базисом для разработки и реализации организационных проектов (ОП). Исследователи отмечают, что любой такой проект является *нетрадиционным*, то есть его появление обусловлено насущной необходимостью немедленных активных действий, либо необходимостью организационных изменений или же определяющим воздействием каких-либо факторов, характеризующих тип и условия реализации проекта [7].⁵ В рамках настоящего исследования логично предложить выделение следующих видов ОП:

- *типовые операционные*, предполагают кратковременное целенаправленное изменение ОС (изменению подвергаются состав, информированность, порядок функционирования ОС);
- *перспективные маркетинговые*, предполагают изменение ОС при ситуации смены экономического курса в муниципальном образовании, регионе (изменение целевых функций, информированности, состава, порядка функционирования, структуры ОС);
- *креативные проектно-сетевые*, предполагают изменение ОС на трендах саморазвития и самоорганизации, рассчитаны на долгосрочные временные рамки, обусловлены длительным воздействием совокупности факторов.

⁴ Небом покрыта, полем огорожена наша родная деревня Соколово // Сетевое сообщество «Сепыч культурный». 2024. — Режим доступа — https://vk.com/wall-98448516_29850 (дата обращения: 08.02.2025).

⁵ Управление проектами: справочное пособие / Под ред. И.И. Мазура, В.Д. Шапиро. — М.: Омега-Л, 2004. — 664 с.

Как было показано выше, типовые операционные ОП успешно реализуются сетевыми структурами Дома культуры. Одни и те же акторы выступают и в роли управляющих органов, и в роли управляемых субъектов, вступая в сетевое взаимодействие. Соответственно, изменяется количественный состав участников различных форм культуротворческой деятельности Дома культуры, применяются новые форматы информационно-коммуникативного взаимодействия, вносятся коррективы в текущие планы (программы) по направлениям деятельности ОС. Благодаря реализации таких проектов за последние несколько лет Дом культуры стал постоянным участником муниципальных и краевых конкурсов, а продукты деятельности его СС стали известны за пределами муниципального округа.⁶

Разработка и реализация перспективных маркетинговых ОП в настоящее время ограничена составом возможных участников и ресурсным потенциалом ОС. Дом культуры и его талантливые организаторы, так или иначе, участвуют в развитии секторов экономики впечатлений в территории (туристические приемы, маршруты, реклама гостевых домов, мест активного отдыха и др.). Вместе с тем, для реализации такого рода ОП, которые могут привести к изменению целевых функций ОС, ее структуры, необходима мощная поддержка внешних акторов. Вполне допустимо предположить, что этому может поспособствовать публичное признание на региональном уровне с Сепыч опорным населенным пунктом.

Креативные проектно-сетевые ОП, на авторский взгляд, являются логичным продолжением типовых операционных ОП. Конечно, обязательным условием в таком случае будет изменение технологической составляющей. Так, в качестве примера, уместно предложить геокультурный брендинг территории. В трудах Д.Н. Замятина, геокультурный брендинг — это проектно-сетевая деятельность по продвижению геокультуры территории в целях создания, обеспечения и развития ее аттрактивных (ярких) образов [9]. Геокультурный брендинг основывается на тезисе о культуроцентричности российских локальных сообществ, в чём и заключается его особенность: акценты делаются не на брендинге (экономической деятельности), а на геокультуре — феноменологическом явлении, существующем на конкретной территории длительное время. Принято выделять городские и сельские геокультуры, геокультурные идентичности.

Руководствуясь методологическими принципами данной теории, предложим авторское определение геокультурного брендинга территории сельской округи. Геокультурный брендинг села — это практикоориентированная часть культурной стратегии развития сельской местности, культуротворческая, иная созидательная деятельность людей, направленная на преобразование геокультурных ресурсов в имиджевые ресурсы, с их последующим продвижением в виде полезных продуктов (включая объекты интеллектуальной собственности), адресованных для применения как внутри поселения, так и за его пределами [10].

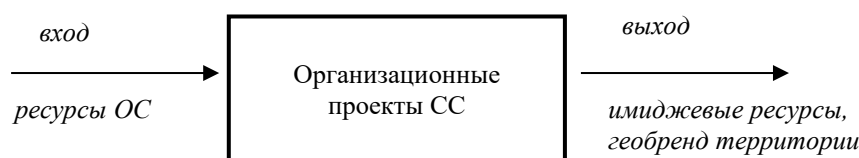


Рисунок 1. Схема взаимодействия сетевых структур по геокультурному брендингу (составлено авторами)

⁶ «Ярушник», Супрядки» и «Казачки у багатицы»: что объединяет эти проекты? 2022. — Режим доступа — <https://veradmgo.ru/news/media/2022/2/4/yarushnik-supryadki-i-kazaki-u-bagatitsyi-cto-obedinyayet-eti-proektyi/> (дата обращения: 08.02.2025).

Креативные проектно-сетевые ОП, в реализацию которых включаются все звенья ОС, приводят к трансформации направлений деятельности Дома культуры. На рисунке 1 показано взаимодействие СС в рамках ОС по геокультурному брендингу.

На рисунке 2 представлен авторский вариант геокультурного бренда для села Сепыч и прилегающих населенных пунктов Верещагинского муниципального округа. При составлении была применена терминология из теории графов. Так, неориентированный граф, вершинами которого являются геокультурные образы, ребра показывают связи между ними. Имеет место «вес», степень вершины, определяя ролевое значение в геобренде.

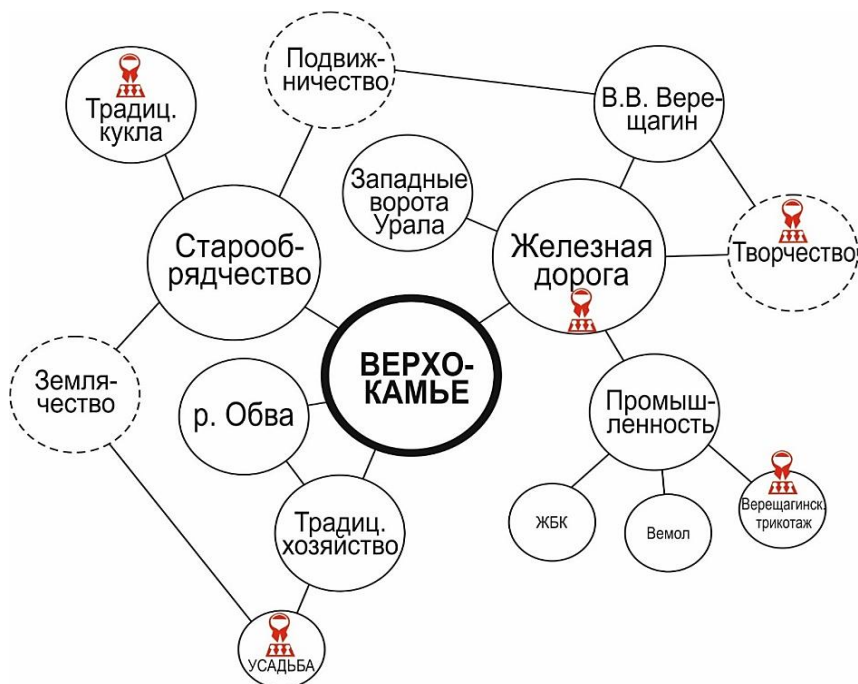


Рисунок 2. Геокультурная бренд «Верхокамская усадьба» (разработано авторами) [12]

Заключение

Изучение динамики социокультурного развития населенных территорий РФ в рамках методологии системного подхода позволяет выявить характерные для разных типов территорий черты творческой активности и проектного действия.

Выбор с. Сепыч Пермского края обусловлен «классической» ситуацией, сложившейся на неурбанизированных территориях. Несмотря на наличие таких культурных образований как Дом культуры с его развитой сетевой структурой, численность трудоспособного населения снижается быстрее среднероссийских темпов, при этом ветшают инфраструктурные объекты. Исходя из основных посылов новой Стратегии пространственного развития РФ только благодаря наличию таких организационных систем крупные села могут выполнять роль прилегающих территорий к «опорному пункту» (г. Верещагино).

Результатом проведенного исследования стало рассмотрение Дома культуры в с. Сепыч как организационной системы. Применяя метод включенного наблюдения были выявлены формы культуротворческой деятельности, в которых оказались задействованы сетевые структуры ОС. Установлено, что в ходе реализации типовых операционных ОП они выступают как в роли управляющих органов, так и в роли управляемых субъектов. Согласно авторской позиции, кроме таких проектов при определенных условиях СС вполне способны участвовать в осуществлении перспективных маркетинговых ОП. В настоящий же момент актуально и

востребовано участие Дома культуры в геокультурном брендинге территории. Креативные проектно-сетевые ОП хорошо сочетаются с принципами развития геокультуры поселения — саморазвития и самоорганизации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Landry C. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. // London [u.a.]: Earthscan, 2000. — URL: <https://archive.org/details/creativecitytool0000land>.
2. Florida R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life. // Canadian Public Policy, 2003 — Т 29 № 3 — URL: https://www.researchgate.net/publication/31745369_THE_Rise_of_the_Creative_Class_And_How_It's_Transforming_Work_Leisure_Community_and_Everyday_Life.
3. Хокинс Дж. Креативная экономика. // М.: Классика-XXI, 2011. — 256 с.
4. Гревс И.М. Монументальный город и исторические экскурсии (Основная идея образовательных путешествий по крупным центрам культуры) // Экскурсионное дело. — 1921. — № 1. — С. 1–14.
5. Анциферов Н.П. Пути изучения города как социального организма. Опыт комплексного подхода. — 2-е изд., испр. и доп. — Л.: Сеятель, 1926. — 150 с.
6. Каган М.С. Культура города и пути ее изучения // Город и культура: Сб. научных трудов. — СПб.: СПбГИК им. Крупской, 1992. — С. 15–34.
7. Новиков Д.А. Управление проектами: организационные механизмы. // М.: ПМСОФТ, 2007. — 140 с.
8. Балашов В.Г., Заложнев А.Ю., Новиков Д.А. Механизмы управления организационными проектами. — М.: ИПУ РАН, 2003. — 84 с.
9. Замятин Д.Н. Геокультурный брендинг городов и территорий: от теории к практике. Книга для тех, кто хочет проектировать и творить другие пространства. — Санкт-Петербург: Алетейя, 2020. — 668 с.
10. Неурбанизированные территории Пермского края: от локальных культурных практик к геокультурному брендингу / С.А. Дианов, Ю.В. Дианова, А.В. Лесевицкий, Е.С. Лобова, Н.П. Паздникова. — Пермь: Проектно-образовательный центр «Прикладные технологии дизайна и проектирования» АКФ ПНИПУ, 2023. — 185 с.
11. Раев В.К. Организационные системы // Информационные технологии в науке, образовании и управлении. — 2019. — № 1(11). — С. 94–100.
12. Дианов С.А., Дианова Ю.В. Геокультурный потенциал пермского города: стратегия, бренд, дизайн. — Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2022. — 224 с.

Dianova Yulia Victorovna

Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russia
E-mail: julok1@mail.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8798-0993>
RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=762172

Dianov Sergey Alexandrovich

Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russia
E-mail: sadianov@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6536-6853>
RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=574491

The role of cultural creativity in the management of organizational projects in non-urbanized areas

Abstract. The article examines a range of issues devoted to the study of the features of the socio-cultural development of populated areas. The main attention is paid to non-urbanized areas, which in strategic documents are given the role of a «satellite» of urban agglomerations. The object of the study is cultural entities as organizational systems, the conditions for their self-development and self-organization. The purpose of the study is to determine the main subjects of cultural and creative activity in a non-urbanized area with the subsequent determination of their role in the management of organizational projects. The study was conducted in a systems paradigm based on systems theory. Within its framework, it is possible to identify forms of demonstration of creative activity and project action characteristic of different types of non-urbanized areas. The territorial boundaries of the work are limited by the settlements of the Perm Territory (the historical territory of Verkhokamyë). The choice of the village of Selych is due to the typical situation that has developed in the settlement communities of the region. Despite the presence of cultural organizations with a developed network structure, as well as successful practices of implementing amateur creativity, the population is decreasing faster than the average Russian rate, people are leaving for small and medium-sized cities. One of the results of the study was the consideration of the local House of Culture as an organizational system. Using the method of included observation, the main forms of cultural and creative activity were identified, which provided its network structures. In the process of implementing typical operational organizational projects, they act both as governing bodies and as managed entities. According to the author's position, under certain conditions, network structures are able to participate in the implementation of promising marketing organizational projects. Now, the participation of the House of Culture in the geocultural branding of the territory is relevant and in demand. In conclusion, it is noted that creative project-network organizational projects are well combined with the principles of development of the geoculture of the settlement — self-development and self-organization.

Keywords: organizational system; organizational project; network structures; cultural organization; cultural creative activity; territory; geoculture; geocultural branding