

КУЛЬТУРНОЕ КАРТИРОВАНИЕ: ШАГ ЗА ШАГОМ

Л. В. Устюжанина

Московский государственный университет культуры и искусств



В статье рассматривается новый подход к планированию регионального развития на основе использования культурных ресурсов – культурное планирование. Пошагово описаны технология культурного картирования и канадский опыт ее применения.

Ключевые слова: культурные ресурсы, культурное планирование, культурное картирование, геоинформационные системы, творческие индустрии.

The article discusses a new approach to regional development planning based on the use of cultural resources – cultural planning. Step described technology of cultural mapping and the Canadian experience of its application.

Key words: cultural resources, cultural planning, cultural mapping, geographic information systems, the creative industries.

Идеи культурного планирования и культурного картирования начинают все больше проникать в российскую практику управления региональным развитием. Доказательством этому служит реализация за последние несколько лет таких крупномасштабных проектов, как «Творческий юг» (г. Ставрополь), «Культурная столица Поволжья» (г. Нижний Новгород), «Ульяновск – культурная столица Содружества», «Пермский край – территория культуры» и др. Начало этому движению положил осуществленный в 2003 году Санкт-Петербургским Центром развития творческих индустрий и Московским Институтом культурной политики в рамках соглашения с Министерством культуры Российской Федерации и Советом Европы проект, направленный на внедрение технологий креативных индустрий в регионах России. Развитие творческих индустрий осуществлялось в «пилотных» регионах (Архангельск, Петрозаводск, Тольятти, Сургут и др.) и дало впечатляющие результаты. Проблемы культурного планирования стали предметом обсуждения в научной литературе,

на многочисленных семинарах, «круглых столах», конференциях и форумах культуры.

Термин «культурное планирование» имеет существенное отличие от традиционного понятия «планирование социально-культурного развития региона». Культурное планирование – это новый метод стратегического городского планирования, под которым понимаются «артикулируемые, практически осуществляемые усилия местных властей, направленные на развитие поселения через развитие культуры» (7). Данный подход основывается на широком понимании культуры и культурной деятельности как ресурса развития человека и общества. Базовым для культурного планирования является понятие культурных ресурсов. В соответствии с ним культурные ресурсы – это не только культурные продукты, субсидируемые государством, но вся «совокупность объектов инфраструктуры, субъектов и событий культурной жизни, мифов, легенд, образов и их способность влиять на развитие общества в целом и других сфер его жизни: экономической, политической,

гражданской» (7).

Описывая потенциальные возможности использования культурных ресурсов для творческого преобразования городов Ч. Лэндри пишет: «Со временем нам также стало понятно, что культурные ресурсы воплощаются в умениях и талантах людей. Они не сводятся лишь к осязаемым предметам, таким как здания, но проявляются и в символах, в деятельности, в ассортименте местной ремесленной и промышленной продукции, в сфере услуг. Культурные ресурсы города могут быть обнаружены в его историческом, индустриальном или художественном наследии, в таких активах, как архитектура и городской ландшафт, местные традиции общественной жизни, фестивали, ритуалы, истории, распространенные хобби и увлечения» (4). Такая широкая трактовка понятия культурных ресурсов делает культуру практически неисчерпаемым источником социального и экономического прогресса. Новый подход к планированию регионального развития строится на:

– понимании культурных ресурсов как совокупности экономических активов, культурного капитала региона (города), способного вносить прямой и косвенный вклад в региональную (городскую) экономику.

– активном вовлечении всех заинтересованных сторон в процесс культурного планирования.

Возрастание политического и экономического значения культурного сектора в городской экономике вызвало необходимость учета культурных ресурсов территории и разработки соответствующих процедур их инвентаризации, оценки и мониторинга. Именно эти процедуры и составляют технологическую основу культурного картирования как главного инструмента культурного планирования, сущность которого состоит в «составлении карты культурных и творческих ресурсов территории для оценки потенциала творческого сектора, определения его возможностей и потребностей» (3). Большое значение культурного картирования в процессе планирования культурного, социального и

экономического развития территории обуславливается тем, что культурное картирование заключается в:

– *поддержке экономического развития территории и индустрии туризма.* Культурное картирование служит «банком идей» для создания привлекательного имиджа территории, способствует продвижению продукции местной промышленности на внутреннем и внешнем рынке, обеспечивает маркетинг культурных объектов и развитие культурного туризма;

– *обеспечении планирования развития творческих индустрий.* Культурное картирование позволяет выявлять и отображать на карте пространственную концентрацию культурных кластеров, анализировать и прогнозировать тренды развития занятости в творческом секторе и разрабатывать стратегии его развития;

– *идентификации и удовлетворении информационно-культурных запросов в сфере культуры.* Технологии культурного картирования позволяют создавать динамические веб-порталы, отражающие тематическое многообразие культурной жизни территории, предоставляющие возможность проводить поиск в базах данных и реализовывать информационные и пространственные запросы предприятий индустрии культуры, общественных организаций и населения в сфере культуры;

– *обеспечении планирования социального развития территории.* Культурное картирование позволяет анализировать распределение культурных ресурсов между различными социальными группами населения (по возрасту, образованию, доходу и т.д.) и оценивать их доступность социально незащищенным категориям граждан;

– *повышении эффективности принятия управленческих решений в сфере культуры.* Культурное картирование обеспечивает информационную основу для принятия обоснованных управленческих решений в области планирования и управления культурными ресурсами территории, выполнения функции анализа данных, представления результатов

анализа в наглядном и удобном для восприятия виде;

– *улучшении интеграции культурных ресурсов внутри территории*. Одно из основных преимуществ культурного картирования заключается в новых возможностях улучшения управления материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами организаций культуры на основе создания общей базы данных, обеспечивающей возможности их совместного использования и согласованной модификации.

Культурное картирование обязано своим происхождением Великобритании. В дальнейшем международная практика (Канада, Австралия, Новая Зеландия, Германия) показала высокую эффективность применения культурного картирования для стимулирования роста творческих индустрий, индустрии туризма, перепозиционирования культурного сектора в системе приоритетов государственной политики и др.

В настоящее время опыт культурного картирования рекомендован для распространения международной организацией ЮНЕСКО. Вместе с тем национальные методики культурного картирования сегодня трудно сопоставимы и существенно различаются в концептуальном и инструментальном отношении. Отечественная практика культурного картирования в основном ориентируется на британские (Карелия, г. Архангельск, г. Петрозаводск) и канадские методики (г. Пермь). С нашей точки зрения, канадские методики обладают большей инструментальной ценностью и технологической поддержкой (ГИС-технологии).

В отечественной литературе канадские методики культурного картирования уже рассматривались, в частности модель системы культурных ресурсов (6). Мы бы хотели, опираясь в основном на канадские методики, более детально описать сам технологический процесс культурного картирования и его инструменты. Согласно С. Стиварту, наиболее яркому представителю канадской школы, процесс культурного картирования включает

в себя 6 основных стадий: 1. Подготовительная стадия. 2. Разработка инструментария. 3. Сбор и обработка данных. 4. Синтез данных в ГИС. 5. Подготовка отчета. 6. Презентация отчета.

Рассмотрим подробнее каждую из этих стадий.

1. Подготовительная стадия. На этой стадии по инициативе региональных или муниципальных органов управления культурой, профессиональных ассоциаций создается рабочая группа разработчиков проекта. Ими в режиме постоянных консультаций с общественностью и заинтересованными лицами определяются цели предстоящего исследования. Процедура определения целей предполагает поиск ответов на вопросы: Зачем необходимо проводить картирование? Что предстоит картировать? Кто будет заинтересован в результатах картирования? Какие субъекты могут выступить партнерами в организации культурного картирования? Каков территориальный охват картирования? Главной целью обычно является стремление оценить текущее состояние культурных ресурсов и социокультурную динамику развития территории, выявить нерешенные проблемы, новые культурные ресурсы и возможности для партнерства между всеми субъектами культурного процесса, создать информационную базу для планирования культурной политики в области развития. Дополнительно могут ставиться цели исследования «неосязаемых культурных ресурсов» – местных преданий, обрядов, уникальных традиций, которые определяют идентичность сообщества и имидж территории. Как показывает зарубежный опыт, могут ставиться и более амбициозные цели – возрождение городской экономики на основе культурных индустрий и др.

Необходимым требованием подготовки к культурному картированию является определение основных параметров исследования – территориальный охват (регион/ город/ район); отраслевой охват (все виды культурных ресурсов/ только искусство/ только культурное наследие); информация (количественная /

качественная); целевая аудитория (внутренняя, внешняя); респонденты (персоналии/ группы); форма отчета (ГИС или графическая карта/ веб-сайт/ текстовый доклад).

Культурное картирование – это сложный в техническом отношении и требующий значительных финансовых и трудовых затрат процесс, которые должны быть учтены и адекватно оценены уже на подготовительной стадии.

2 стадия. Разработка инструментария.

1 шаг. Формулирование целей исследования. На этом этапе осуществляется повторная

рефлексия и уточнение целей будущего исследования.

2 шаг. Разработка реестра культурных ресурсов.

Реестр – это систематизированный перечень культурных ресурсов, который служит основой будущей культурной карты. Процесс его создания включает разработку структурной модели культурных ресурсов, состава категорий, подкатегорий культурных ресурсов и перечня характеристик (атрибутов), позволяющих описать данный культурный ресурс.



Рис. 1. Структурная модель культурных ресурсов, по Онтарио (см.: 8)

Перечень атрибутов для описания культурного ресурса может быть разной степени детализации и включать в себя географические, технологические, организационно-правовые, экономические, демографические и др. Например, для описания культурного ресурса (объекта, организации или отдельной персоны) канадские специалисты предлагают использовать следующие категории (10):

Сектор – коммерческий, государственный, политическая сфера, социальная сфера,

сфера образования.

Масштаб – местный, региональный, федеральный.

Организационно-правовой статус – индивидуальный предприниматель, общественная организация, частное предприятие, кооператив, наемный работник, товарищество.

Роль в исследовании – индивид, организация, ключевая персона или лидер, неформальное объединение, учреждение, учебное заведение, государственная программа, куль-

турная индустрия.

Сфера использования (потребления) культурного ресурса – профессиональное искусство, самодеятельное творчество, культурное наследие, социальные услуги, защита прав человека, отдых, туризм, коренные народы, молодежь, пенсионеры, культурное разнообразие, окружающая среда.

Культурные практики – архитектурное наследие, историческое наследие, музейное дело, литературное творчество, медийное искусство, театральное искусство, музыкальное искусство, хореографическое искусство, визуальные искусства, научно-исследовательская деятельность, книжное дело.

На основе детализированного списка категорий и их атрибутов разрабатывается реестр культурных ресурсов, который имеет вид крупноформатной таблицы, содержащей сведения о всех культурных ресурсах территории, их категориях и характеристиках.

3 шаг. Выбор программного обеспечения.

Главным инструментом культурного картирования является *ГИС – географическая информационная система*, предназначенная для сбора, хранения, анализа и графической визуализации пространственных данных и связанной с ними информации о представленных в ГИС объектах (2).

Ключевыми функциями ГИС, обеспечивающими процесс культурного картирования, являются: кадастр, анализ, оценка, мониторинг культурных ресурсов и поддержка управленческих решений.

Процесс выбора программного обеспечения для целей культурного картирования требует знания основных функциональных и стоимостных характеристик программного продукта. Стоимость программных продуктов ГИС сегодня в России варьируется от 5000 до 10000 долларов. В настоящее время наибольшее распространение в отечественной практике культурного картирования получили программные продукты ArcGIS, Arc View компании ESRI, которые могут работать как на платформе Windows NT, так и под UNIX (5).

4 шаг. Разработка инструментария для

сбора информации.

В соответствии с определенными на предыдущих стадиях целями исследования разрабатывается инструментарий для сбора максимально детальной и полной информации о культурных ресурсах обследуемой территории. Потребность в максимизации объемов информации требует обращения к различным источникам первичной и вторичной информации.

В качестве вторичных источников информации специалисты по культурному картированию предлагают использовать базы данных государственных структур, университетов и исследовательских центров, профессиональных ассоциаций и независимых информационных агентств, статистические отчеты, книги, справочники, интернет-источники (1).

Первичная информация собирается путем проведения специальных исследований. Основными методами сбора первичной информации в культурном картировании являются методы анкетирования, интервью фокус-групп, встречи с общественностью и др. По форме опросов предпочтение отдается менее затратным методам: онлайн-опросам (либо путем рассылки анкет на e-mail адреса потенциальных респондентов, либо размещения анкеты на веб-сайте региональных (муниципальных) органов управления), публикациям анкет в прессе, проведению телефонных и личных интервью, публичных фокус-групп (10).

Для проведения опросов используется квотная выборка. Основным критерием отбора является статус респондента и тип предоставляемой им информации. По статусу все опрашиваемые делятся на: 1. Широкою общественность. 2. Организации (руководители и ведущие специалисты организаций культуры). 3. Отдельные персоны (независимые художники, музыканты, певцы и др.). По типу предоставляемой информации респондентов делят на ключевых и поддерживающих информантов.

Дополнительно организации и персоны могут дифференцироваться по профилю – принадлежности к определенному культурно-

му сектору.

Необходимым методическим требованием к разработке инструментария является его способность обеспечить широту и целенаправленность опроса.

Широта охвата респондентов обеспечивается проведением онлайн- и анкетных опросов среди организаций, отдельных персон и широкой общественности.

Основная цель анкетирования широкой общественности – получить информацию о доступности, частоте использования культурных ресурсов, степени удовлетворенности их качеством.

Анкетирование независимых творческих работников, часто оказывающихся вне поля зрения государственных органов управления культурой, преследует цель обмена информацией и представления своих проблем, интересов, потребностей как отдельных художников. В анкете предусматриваются вопросы для сбора информации о профиле деятельности, используемых ресурсах, видении перспектив.

Анкетирование руководителей и работников организаций проводится с целью получить полную информацию о названии, адресе, профиле деятельности, юридическом статусе, выполняемых функциях, бюджете, материально-техническом обеспечении, целевой аудитории, перспективах развития организации.

Интервью обычно проводится среди ключевых информантов, способных дать информацию, касающуюся ключевых проблем исследования, способных продемонстрировать понимание современных проблем и потребностей развития городской культурной среды, видение перспектив культурного развития города и возможной поддержки культуры со стороны государственных структур, общественных организаций и бизнеса.

В роли ключевых информантов выступают представители местных органов власти, руководители органов и учреждений культуры, представители бизнеса, общественных и политических организаций, деятели культуры и искусства.

Специфическим методом сбора информа-

ции являются фокус-группы, которые проводятся в формате группового общения с представителями различных секторов культуры, творческих кластеров и профессиональных сообществ, что позволяет получить более качественную дополнительную информацию (10).

3 стадия. Сбор и обработка данных. Процесс сбора информации разбивается на несколько этапов. Первый этап – объявление о предстоящем исследовании. Информация обычно распространяется через пресс-релизы, размещение объявлений в прессе, на веб-сайте муниципальных органов управления и др. Затем следует второй этап – сбор вторичной информации из внутренних и внешних источников. На третьем этапе собирается первичная информация методами анкетирования, интервьюирования, фокус-групп. Для проведения опросов по месту жительства респондентов используются списки избирателей, для проведения онлайн- и аудиторных опросов – неофициальные социальные сети и предпочитаемые гражданами места проведения досуга, для опросов ключевых информантов составляются списки на основе предварительного отбора. На основе собранной информации заполняется инвентаризационная форма. На четвертом этапе проводится математическая обработка и систематизация собранных данных.

4 стадия. Синтез данных в ГИС. Поэтапно стадию синтеза данных в ГИС можно описать через следующие шаги: 1. Подготовка данных для ввода в ГИС. 2. Разработка легенды карты. 3. Перевод данных в форму ГИС. 4. Производство карт. 5. Анализ и интерпретация данных.

1 шаг. Подготовка данных для ввода в ГИС.

На данном этапе проводится анализ полученной информации на соответствие заявленным целям культурного картирования. Собранные информация подвергается повторной структуризации и сортировке с учетом выявленных дополнительных категорий данных и т.д. В зависимости от объема собранной ин-

формации может потребоваться структуризация базы данных с учетом требуемого уровня глубины информации. Для целей общего анализа достаточно данных об общем количестве существующих культурных ресурсов, их видах и местонахождении. На более глубоком уровне – может потребоваться информация о том, кто их использует и почему, рассеяны они по всей территории или концентрируются в определенном кластере. Для целей осуществления более глубокого анализа данных также возможно создание подмножеств информации, имеющих отношение к определенным категориям данных, например социальным группам или секторам культуры, использующим особые ресурсы.

2 шаг. Разработка легенды карты.

На этом этапе культурная карта получает

свое визуальное оформление. Структурные компоненты и средства графического изображения (масштаб, координаты, размер, символы, цвета, пиктограммы) в своей совокупности образуют так называемую легенду – систему условных обозначений культурных ресурсов на карте и пояснений к ним. Легенда играет роль навигатора для пользователей культурной карты, и здесь главной задачей является правильность передачи на карте сходств и различий между культурными ресурсами.

При разработке легенды решаются вопросы: как ресурсы будут представлены на карте, какие виды визуальных инструментов будут использованы для их изображения, сколько категорий будет включено в меню на домашней странице и др. Легенда культурной карты может иметь следующий вид (10):

Таблица 1

Легенда

Инвентарный номер ресурса	Название ресурса
Например, объекты культурной инфраструктуры	
1.	Культурный центр
2.	Исторический театр
3.	Танцевальная студия

Ключи

Цвет		Фигура		Размер	
Цвет	Функции	Фигура	Культурные практики	Размер	Кэффци. загрузки
Синий	Производство культурного продукта	Церковь	Архитектурное наследие	Наименьший – 1	Низкий
Темно-зеленый	Презентация	Круг	Культурное наследие	2	
Красный	Предоставление помещения, технических средств и оборудования	Ручка	Литературная деятельность	3	Средний
Оранжевый	Предоставление места для проведения мероприятий	Камера	Медийное искусство	4	
Желтый	Финансирование	Маски	Театральное искусство	Наибольший – 5	Высокий
Черный	Управление	Палитра	Визуальные искусства		
Фиолетовый	Объединение	Скипичный ключ	Музыкальное искусство		
Голубой	Обслуживание	Силуэт	Хореографическое искусство		

Пурпурный	Развитие	Звезда	Синтетические виды искусства		
Светло-зеленый	Обучение	Квадрат	Научно-исследовательская деятельность		
Коричневый	Продвижение	Книга	Книжное дело		
Оливковый	Распространение массовой информации				

Таблица 2

Пояснения для описания функций культурных ресурсов (10)

<i>Функция</i>	<i>Определение функции</i>
Производство	Производство культурных продуктов, напр., хореографические или театральные постановки, создание художественных произведений и др.
Презентация	Презентация работ или показ, напр. импресарио, фестиваль, галерея.
Культурная инфраструктура	Предоставление помещения, оборудования, технических средств, например киностудия.
Площадка для проведения мероприятий	Место для представлений, напр. зрительный зал, холл, галерея.
Финансирование	Общественные или частные грантодатели.
Управление	Административная или научно-исследовательская поддержка.
Объединение	Профессиональные и любительские объединения.
Обслуживание	Социально-культурный сервис.
Развитие	Социально-творческая работа.
Обучение	Учебные заведения и нетрадиционные формы образования.
Продвижение	Паблицити и продвижение.
Распространение массовой информации	Средства массовой информации.

Численные значения, присваиваемые культурным ресурсам, обозначаются на карте посредством цветов в соответствии с цветовой шкалой либо окружностей разного размера. В системе ГИС визуализация культурных карт дополняется отчетными документами, трехмерными изображениями, графиками и таблицами, фотографиями и другими средствами, в том числе мультимедийными.

3 шаг. Перевод данных в форму ГИС.

Процесс создания культурных карт в ГИС начинается с перевода базы данных о культурных ресурсах в цифровую форму.

В современных ГИС этот процесс автоматизирован с применением сканерной технологии. Ввод данных производится в соответствии с инструкциями по вводу данных конкретного пакета программ ГИС.

4 шаг. Производство карт.

Производство цифровых карт в ГИС осуществляется автоматически на картографическом веб-сервере организации, обычно на веб-сервере департамента культуры. Карта создается путем автоматического наложения друг на друга тематических слоев – массивов данных различных типов по определенной

теме (экономические секторы, культурные подотрасли, культурные объекты, события и др.). Сложение тематических покрытий имеет вид слоеного пирога: сочетание всех тем позволяет моделировать все необходимые характеристики культурных ресурсов и выбирать из существующего на сайте реестра любой интересующий культурный ресурс. ГИС-технологии позволяют создавать культурные карты любой территории, любого масштаба, любой степени сложности, с нужной нагрузкой, с ее выделением и отображением требуемыми символами. Карты могут создаваться и без использования ГИС-технологии, однако при этом теряется возможность редактирования и обновления карты.

5 шаг. Анализ и интерпретация данных.

Проведенное исследование с применением или без применения ГИС-технологий должно обеспечить широкое и всестороннее представление культурного ландшафта конкретной территории и его концептуальное видение. На этом этапе проводится свот-анализ культурного сектора, который позволяет выявить и структурировать насущные проблемы и потребности, силы и слабости каждой подотрасли культуры, открывающиеся возможности и угрозы их будущему развитию. Полученные в ходе исследования данные могут интерпретироваться с точки зрения распределения культурных ресурсов по территории, социально-демографическим группам населения, их востребованности, территориального разделения труда в культурном секторе, определения направлений государственных и частных инвестиций в культуру, выявления новых культурных ресурсов, неэффективного использования и потери существующих ресурсов, реализации возможностей их совместного использования коммерческими и некоммерческими организациями и др.

5 стадия. Подготовка заключительного отчета. Структура заключительного отчета может включать в себя следующие разделы:

I. Краткое резюме: 1) цели проекта; 2) масштаб проекта; 3) краткие выводы и зак-

лючение; 4) презентация культурной карты или сайта.

II. Актуальность и цели проекта.

III. Проведение культурного картирования: 1) понятие и сферы применения культурного картирования; 2) показатели исследования; 3) данные исследования населения; 4) данные исследования организаций и представителей общественности; 5) методы сбора информации: анкетирование, интервью, фокус-группа, встречи с общественностью.

IV. Выводы и заключение: 1) общие выводы по основным вопросам исследования; 2) выводы для непредвиденных случаев; 3) заключение.

V. Представление результатов: 1) проект карты или веб-сайта; 2) описание связей и взаимоотношений между субъектами культурной политики.

VI. Рекомендации.

Приложения : результаты встреч с общественностью; инструментарий для проведения опросов и интервью; результаты анкетирования и интервьюирования; комментарии респондентов; реестр культурных ресурсов; ГИС или веб-карта.

6 стадия. Публичная презентация. На этом этапе осуществляется разработка коммуникационной стратегии с целью привлечения внимания к проблемам и потребностям развития культурного сектора тех, кто не слушает, но должен услышать (это могут быть государственные органы власти, профессиональные объединения, широкая общественность), и тех, кто поддерживает проект (участники проекта, респонденты, сторонники). В комплекс коммуникационных мероприятий входят предварительные просмотры культурных карт, рассылка отчетов по электронной почте, публикации результатов исследования в прессе и др. Формальная презентация итогового отчета осуществляется в публичной форме на заседаниях Совета городской администрации, конференциях, семинарах, форумах с широким освещением и обсуждением в печати. Культурная карта размещается на веб-сайте городской администрации.

В заключение можно сделать некоторые выводы.

Концепция культурного планирования предлагает рассматривать культуру как стратегический фактор социально-экономического развития региона. Мировой опыт показывает, что применение технологий культурного планирования на региональном уровне дает возможность оценивать культурные ресурсы территории, измерять вклад культурного сектора в региональную экономику и повышение качества жизни населения, развивать культурные индустрии и туризм.

Мировая практика культурного картирования все больше привлекает внимание российских исследователей и менеджеров культуры. Наибольший интерес в этом отношении представляют канадские методики культурного картирования, как наиболее систематизи-

рованные и инструментально оснащенные. Вместе с тем внедрение в российскую практику канадских методик требует выработки соответствующих механизмов их адаптации к российским реалиям и учета различий в национальных моделях поддержки и развития культурного сектора. Необходимы дальнейшие более глубокие исследования в этом направлении.

Практические результаты использования технологий культурного картирования в практике отечественного культурного менеджмента в значительной степени будут зависеть от наличия местной проектной инициативы, ее поддержки государственными органами власти и региональной элитой, наличия соответствующего информационно-методического сопровождения, кадрового и финансового обеспечения.

Примечания

1. Браун, Дж. Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории / Дж. Браун // Презентация на семинаре «Культурные индустрии / Выявление культурных ресурсов территории» (Петрозаводск, 14–18 июля 2003 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cpolicy.ru/analytics/64.html>
2. Журкин, И. Г. Геоинформационные системы / И.Г. Журкин, С.В. Шайтура. – М.: КУДИЦ-ПРЕСС, 2009. – 272 с.
3. Зеленцова. Креативные индустрии. Зарубежный опыт прикладных исследований [Электронный ресурс] / Зеленцова. – Режим доступа: http://isiksp.ru/actions/actions_our_konf_zelencova.html
4. Лэндри, Ч. Творческий город / Ч. Лэндри // 60 параллель. – 2004. – № 3(14) сентябрь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.journal.60parallel.org/ru/journal/2004/8/69
5. Объекты культурного наследия (памятники истории культуры) народов Российской Федерации // Информационно-справочный ресурс Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://resursy.mkrf.ru/objekty_kult_naslediya/
6. Попов, А. В. Современные технологии аудита и мониторинга культурных ресурсов территориальных образований [Электронный ресурс] / А.В. Попов. – Режим доступа: http://uresearch.psu.ru/files/articles/288_48593.doc
7. Протасевич, А. Р. Культура Пермского края: от остаточного принципа к креативной экономике [Электронный ресурс] / А.Р. Протасевич. – Режим доступа: http://www.tk.permkrai.ru/about/competition/Dokl_Protasevich.ppt
8. Baeker, G. The Foundation: Cultural Mapping / G. Baeker // Rediscovering the Wealth of Places. A Municipal Cultural Planning Handbook for Canadian Communities / G. Baeker (ed.). – Ontario: Municipal World Inc. – P. 45–51.
9. Ghilardi, L. Cultural Planning for Place Making [Electronic resource] / L. Ghilardi. – URS: <<http://www.theurban.com/2010/08/cultural-planning-place-making-part-1>>;
10. Stewart, S. Cultural Mapping Toolkit / S. Stewart. – Ontario: Creative City Network of Canada & 2010 Legacies Now. – [Electronic resource]. – URS: [www.2010legaciesnow.com/fileadmin/user_upload/ Explore Arts/Toolkits/CulturalPlanning_Toolkit.pdf](http://www.2010legaciesnow.com/fileadmin/user_upload/Explore_Arts/Toolkits/CulturalPlanning_Toolkit.pdf)

*