ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

Музейный комплекс «Северская домна», ПАО «Северский трубный завод», Полевской, Свердловская область

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

ОБРЕМЕНЕНИЕ

РЕСУРС

Ресурсное восприятие – возможно только при выстраивании долгосрочной стратегии и видении образа будущего

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

Культурное наследие – совокупность всех материальных и духовных культурных достижений общества, его исторический опыт, сохраняющийся в арсенале общественной памяти.

Материальное культурное наследие – культурные достижения общества, его исторический опыт, выраженный в рукотворных объектах и предметах, представляющих общечеловеческую ценность.
Нематериальное наследие — совокупность основанных на традиции форм культурной деятельности человеческого сообщества, формирующих у его членов чувство самобытности и преемственности.

- В материальном всегда есть нематериальное

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

Фестиваль «Териберка: Новая жизнь»

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

от Города как набора построек → **к Образу города**

Мысленный образ среды – индивидуальный образ городского пространства у наблюдателя, служащий для его восприятия и ориентации в пространстве.

Общественный образ – общие ментальные образы, которые захватывают большое количество городских жителей.

Общественный образ города создаётся наложением одного на другой множества индивидуальных., как зоны согласия и точки общего восприятия

Образоспособность среды(вообразимость) – качество физического объекта, которое дает высокую вероятность пробуждения сильного образа в каждом конкретном наблюдателе. Это могут быть форма, цвет, порядок, которые облегчают создание ярких и мощных ментальных образов среды

Ментальные карты

К. Линч. Образ города (1960)

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

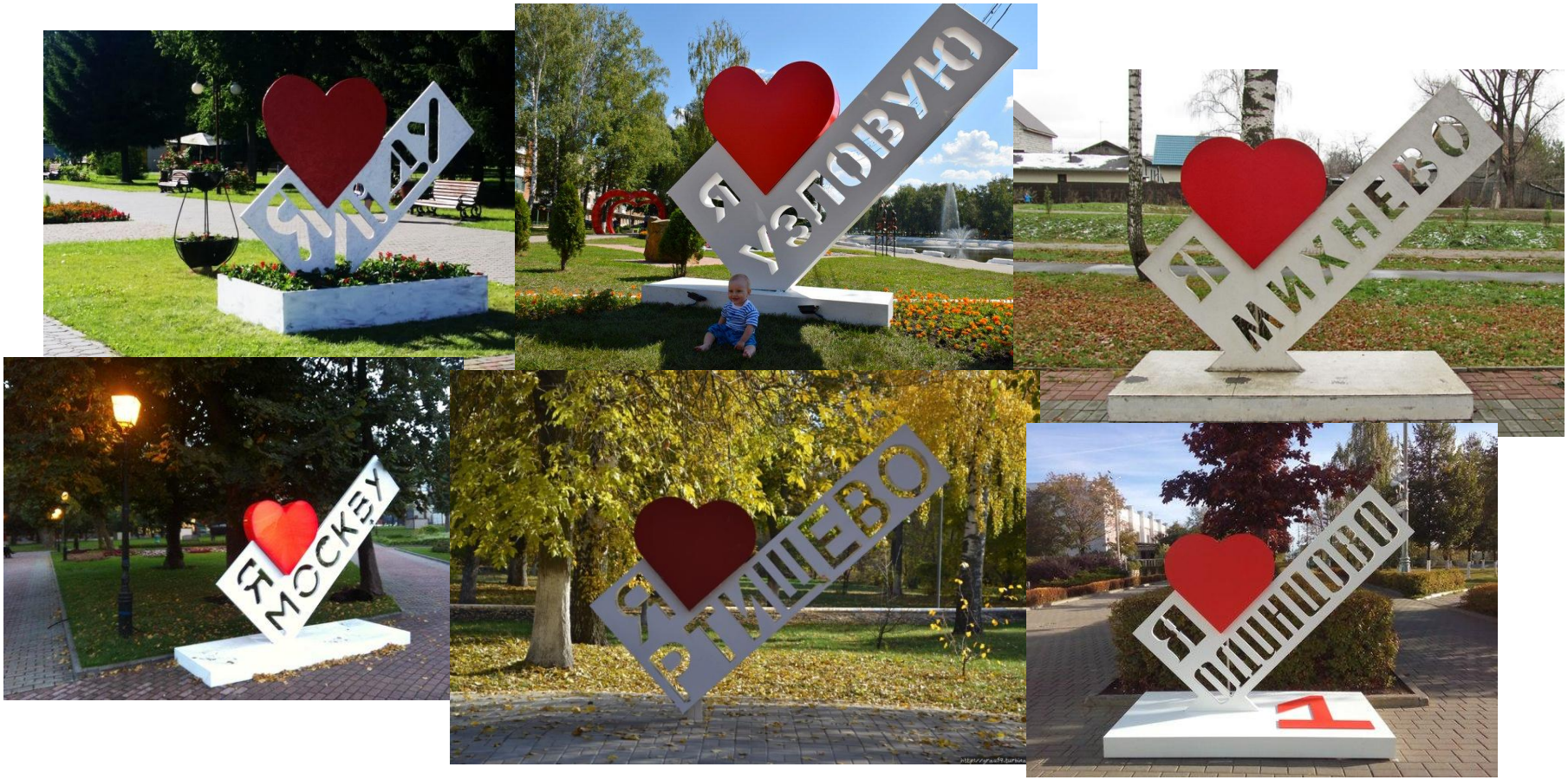
НОСИТЕЛИ ОБРАЗА: рукотворные объекты

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

НОСИТЕЛИ ОБРАЗА: рукотворные объекты

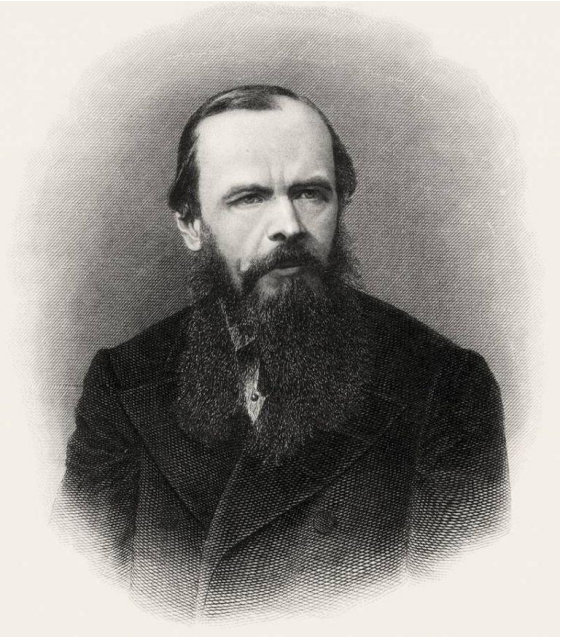
ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

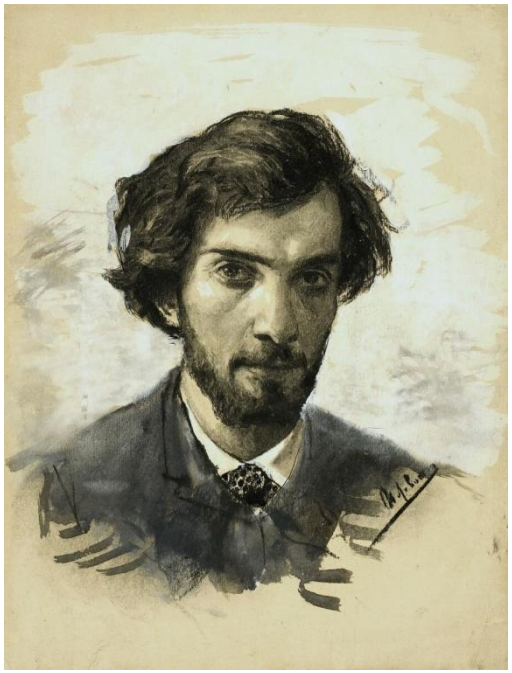
НЕ НОСИТЕЛИ ОБРАЗА



ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

НОСИТЕЛИ ОБРАЗА: знаменитости





ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

НОСИТЕЛИ ОБРАЗА: значимые события

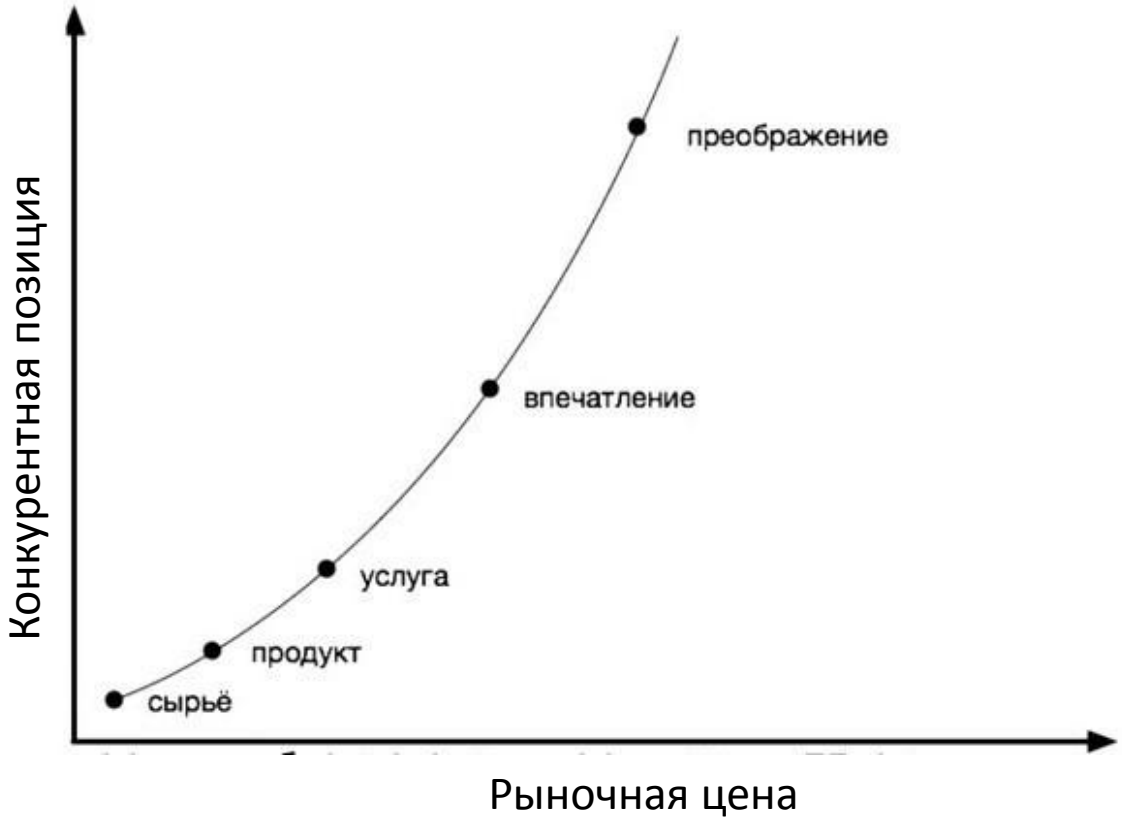
ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

Город с событиями	Событийный город
Преобладание секторальности в принятии решений	*Преобладание межсекторальности в принятии решений*
Преобладание тактических схем	*Преобладание стратегических схем*
Реактивный тип лидерства	*Проактивный тип лидерства*
Город как вместилище событий	*Город как генератор событий*
Преобладание спонтанных решений	*Преобладание скоординированных решений*
Конкуренция	*Кооперация*
Потакание аудитории	*Провоцирование аудитории*
Ставка на рациональный расчёт и логику	*Ставка на творчество и креативность*
Политика отдельных событий	*Совокупность событий как политика*
Решения зависят от рынка	*Рынок зависит от решений*
Маркетинг города	*Создание города*
Ставка на зрелищность	*Ставка на вовлечённость*

Г. Ричардс и Р.Палмер. Событийный город

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

«Впечатления – это четвертое экономическое предложение, которое так же разительно отличается от услуг, как услуги от товаров»



«Экономика впечатлений» Джозеф Б. Пайн и Джеймс Х. Гилмор. 1999

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

Впечатления – продукт «с малым сроком годности» для производителя, то есть их нельзя закупить заранее или запастись.

Впечатления личны и индивидуальны для каждого потребителя. Отсюда идёт разнообразие предложений.

Впечатления неосязаемы. Их нельзя потрогать или увидеть, следовательно нельзя оценить их качество. При выборе товара потребителем решающим фактором будет репутация производителя.

Впечатление – это изготовление услуги прямо на глазах потребителя, с его непосредственным участием и вовлечением.

Впечатления незабываемы и не имеют срока годности для потребителя.

- «Экономика впечатлений» Джозеф Б. Пайн и Джеймс Х. Гилмор. 1999

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

СКОЛЬКО МОЖЕТ СТОИТЬ ПАСТИЛА?

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

- Наследие должно стать субъектом экономики

- Необходимо вывести наследие в особый сегмент ресурсов экономической жизни (историческая недвижимость, ресурсы культурного туризма, центры социальной и хозяйственной активности и тд…)

- Демонстрация ценности объекта наследия через эффективное использование.

- Повышение капитализации объекта наследия через его символические ресурсы.

- Эффективным является объединение общественности не вокруг объекта наследия, а вокруг идеи его использования.

- Индустрия впечатлений – направление эффективного включения объекта наследия в современную жизнь, с точки зрения использования его символических ресурсов.

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

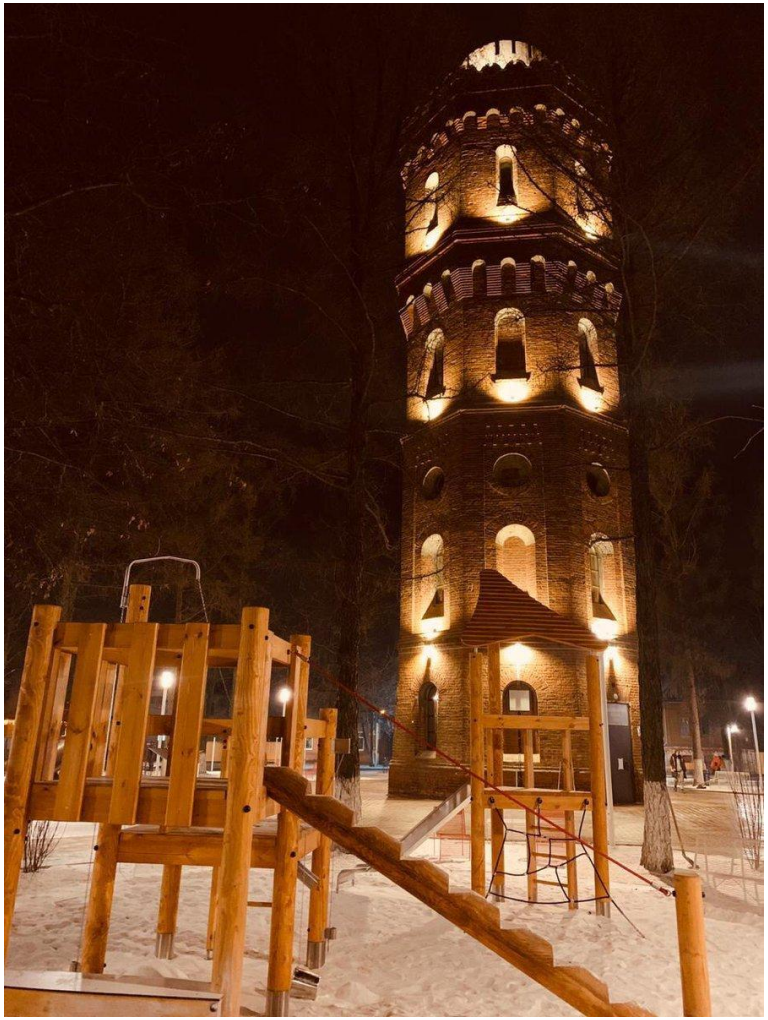
Редевелопмент — процесс перепрофилирования объекта недвижимости под новое направление

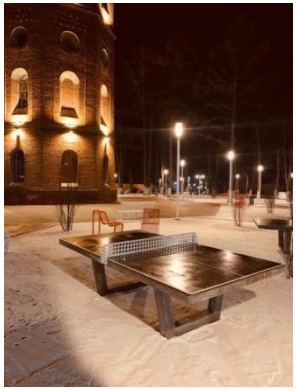
Ревалоризация — это процесс переоценки ценности какого-либо объекта, что стало одним из популярных способов использования и переосмысления исторического, культурного и других видов наследия в постоянно меняющемся сегодняшнем обществе.

Ревитализация – термин, который используется в научно-практической деятельности для обозначения процессов воссоздания, оживления и восстановления городского пространства.

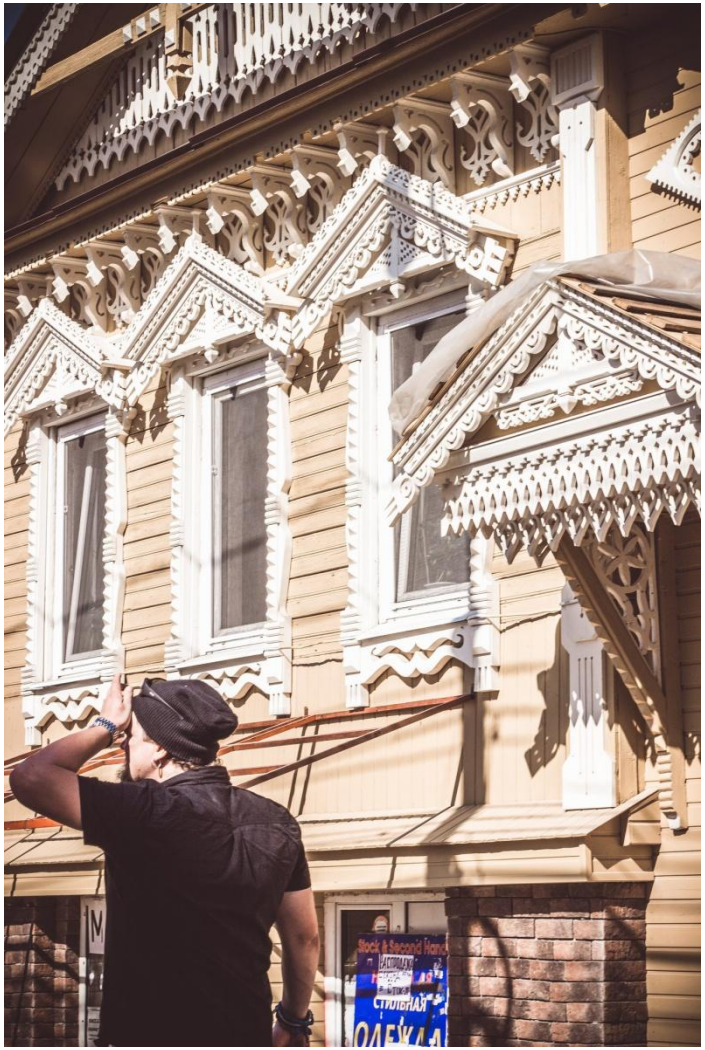
Туркластер «Коломенская пастила» (Коломна)

Туркластер «Коломенская пастила» (Коломна)





Том Сойер Фест (Самара)



Культурный центр TEXTIL (Ярославль)

СКОЛЬКО СТОИТ ПАСТИЛА?

Коломна в Гринвиче, Лондоне, Милане, Амстердаме, Гамбурге, Копенгагене, Нанси, Праге, Потсдаме …..

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

Объект наследия живет только когда используется

Объединение сообщества происходит вокруг идеи использования объекта

Материальное восстановление происходит через восстановление нематериального, смыслов культурного наследия.

ЗАЧЕМ ГОРОДУ И ГОРОЖАНАМ НАСЛЕДИЕ

МЕХАНИКИ ВОВЛЕЧЕНИЯ В ЭКОНОМИКУ НАСЛЕДИЯ

- КОНЦЕССИЯ
- ИНВЕСТ КОНТРАКТ
- ФОНДЫ РАЗВИТИЯ
- ГРАНТЫ, СУБСИДИИ
- БЕЗВОЗМЕЗДНОЕ ПОЛЬЗОВАНИЕ
- АНО, ЦЕЛЕВЫЕ ВЗНОСЫ
- ГОСУДАРСТВЕННО ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО
- АРЕНДА, ПРОДАЖА
- СУБСИДИИ ЖИЛЬЦАМ
- АРЕНДА/ПРОДАЖА за 1 рубль