

УДК 316.354:351/354

Введение

***В. Н. Блинов,
В. В. Кашпур,
С. В. Пирогов***

**КОГНИТИВНЫЕ РЕСУРСЫ
РАЗВИТИЯ ГОРОДА
(НА МАТЕРИАЛЕ
ИССЛЕДОВАНИЙ
ПО РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ
ГОРОДА СУРГУТА)**

В статье анализируются нематериальные активы развития города, которые существуют в когнитивной форме как некоторое знание горожан о возможностях и перспективах развития. Речь идет, во-первых, об образе города как конструкции перспектив развития. Во-вторых, у каждого города имеется собственный когнитивный капитал, для экспликации которого все чаще применяются понятия социального, культурного и символического капитала. В статье анализируются возможности применения этих понятий в различных контекстах городского развития. Данные понятия наполняются конкретным содержанием на примере г. Сургут.

Ключевые слова:
когнитивные ресурсы
развития города,
социальный, культурный
и символический капитал города.

***V. N. Blinov,
V. V. Kashpur,
S. V. Pirogov***

**COGNITIVE RESOURCES
OF DEVELOPMENT OF A CITY
(A CASE STUDY OF SURVEYS
ON SURGUT STRATEGY
DEVELOPMENT)**

The article analyses the intangible assets of city development that exist in a cognitive form: as some knowledge of citizens about city opportunities and prospects. It is, firstly, about the image of a city as a structure of development prospects.

С появлением концепции стратегического управления [1] в проблематике управления сложными социальными системами стали разрабатываться два новых направления: связи и отношения организации с внешней социокультурной средой и нематериальные ресурсы развития. Эти темы взаимосвязаны понятием когнитивных ресурсов развития. Стратегия развития все более понимается как процесс, состоящий из когнитивных процедур конструирования образа будущего организации и конструирования общего взгляда на актуальную ситуацию. И то, и другое является совместно произведенным знанием, без которого развитие сложных саморазвивающихся социокультурных систем в условиях общества знания невозможно. Когнитивное измерение ресурсов развития — общие картины мира, взгляды и подходы, общий язык и терминология [2].

Любая социальная система является когнитивной в том смысле, что ее функционирование и развитие зависят от согласованности представлений входящих в нее людей относительно как целей, так и средств их достижения. Рефлексия по этим вопросам становится все более необходимым условием развития, потому что традиционные представления о развитии как экономическом росте все более уходят в прошлое. Драйвером развития сложных социальных систем являются не только материально-технические средства, но во все большей степени люди: их мотивация и отношения друг к другу и к тому месту, где они работают и живут. Это в полной мере относится к городу как сложной и саморазвивающейся социокультурной системе. «На смену идеям *entrepreneurial cities* (предпринимательские города) пришли идеи *livable cities* (пригодные для жизни города), т. е. городов, успех которых определяется политикой поддержания равновесия между экономическим ростом, экологией и интересами общества» [3].

Важным становится изучение когнитивных ресурсов развития при разработке стратегических планов развития городов. Существенным их недостатком является формальность: «В массе своей эти документы напоминают декларацию о намерениях, с указанием на то, „что“ надо сде-

Secondly, every city has its own cognitive capital, and concepts of the social, cultural and symbolic capital are used to express it. The article analyses the possibility of applying these concepts in different contexts of city development: socio-economic, socio-structural and socio-spatial. Particular attention is paid to the socio-spatial aspect of the city's cognitive capital, i.e. the study of the symbolic basis for production of a single axiological and worldview space of cooperation and common development. The definitions of social, cultural and symbolic capital in relation to the city is given. The social capital of the city is its territorial identity (knowledge of the territorial community of themselves), that increases the capacity for concerted action, including a certain level of trust between citizens and government. The cultural capital of the city is the semiotics of urban environment, "the text of the city", in which its history, important events, the experience of formation and development of unique cultural and historical resources of the past and, possibly, of the future development are encoded. The symbolic capital of the city is its communicative space that generates new meanings and development purposes. The autopoietic, not simply informational nature of the communicative space is emphasised. These concepts are filled with concrete content by the example of Surgut. The article shows that the favourable socio-economic situation and the high rate of economic development in Surgut highlight the problems of its socio-cultural development: development of social activity of the population; development of strategic social, national and cultural policy; formation of axiological prospects of the city's development (the city's mission); improving of life quality. The socio-cultural development of Surgut is expressed in the fact that the informants require a life quality increase both in axiological and problematic aspects. The article outlines the key problems of Surgut's spatial development.

Key words:
cognitive resources of city
development;
social,
cultural
and symbolic capital of a city.

лать, но без объяснения того — „как“» [4], тем более — «„зачем“», т. е. не задают стратегические цели, по сути, не являются стратегическими, выводящими на новые орбиты развития.

Когнитивными ресурсами развития городов является, во-первых, образ города как когнитивная конструкция перспектив развития. Во-вторых, у каждого города имеются нематериальные активы развития. В этом плане к городам все чаще применяют понятия социального, культурного и символического капитала. Однако интерпретация этих понятий уходит от традиционного экономического содержания как ресурса получения прибыли, поэтому необходимо уточнить содержание этих понятий и понятие «образ города» в контексте городского развития.

Образ города в понимании горожан

Образ города как когнитивная модель есть форма представленности городской реальности в сознании горожан. Он задает форму восприятия, видения города, а значит, и способ «работы» с ним, т. е. систему решений по организации и управлению городской жизни. Как писал еще Д. Норт, «решения, принимаемые экономическими агентами, зависят в конечном итоге от ментальных моделей» [5]. Таким образом, когнитивные механизмы развития города в общем виде можно определить как механизмы производства и конвертации знания о городской среде различных субъектов городской жизни. Но это знание не сводится к научно-технологическому, а включает в себя также цели различных городских сообществ и, что особенно важно, ценностно-смысловую составляющую образа города как основание для определения актуальной ситуации и представлений о желательных перспективах развития. Образ города и представления о развитии всегда ценностно фундированы. Разработка стратегического плана развития города также предполагает ориентацию на ценности горожан.

Три аспекта развития города

В зависимости от того, что считать сущностью развития, его базой и показателями, можно выделить три аспекта развития города: террито-

Об авторах:

Блинов Владимир Николаевич – доктор биологических наук, сертифицированный консультант по управлению, профессор кафедры управления образованием, Томский государственный университет, Российская Федерация, 634050, г. Томск, пр-т Ленина, 36; blinovvn@bk.ru

Blinov Vladimir Nikolaevich – Doctor of Biology, Certified Management Consultant, Professor of the Department of Education, Tomsk State University, 36, Lenin Ave., Tomsk, 634050, Russian Federation; blinovvn@bk.ru

Кашпур Виталий Викторович – кандидат социологических наук, заведующий кафедрой социологии, Томский государственный университет, Российская Федерация, 634050, г. Томск, пр-т Ленина, 36; vitkashpur@mail.ru

Kashpur Vitalii Viktorovich – Candidate of Sociology, Head of Sociology Department, Tomsk State University, 36, Lenin Ave., Tomsk, 634050, Russian Federation; vitkashpur@mail.ru

Пирогов Сергей Владимирович – кандидат философских наук, доцент кафедры социологии, Томский государственный университет, Российская Федерация, 634050, г. Томск, пр-т Ленина, 36; pirogoff@ngs.ru

Pirogov Sergei Vladimirovich – Candidate of Philosophy, Docent of Sociology Department, Tomsk State University, 36, Lenin Ave., Tomsk, 634050, Russian Federation, pirogoff@ngs.ru

риально-административный, социально-экономический и социокультурный. Содержанием первого является расширение территории, увеличение численности населения, материальных ресурсов и зоны влияния, а также развитие инфраструктуры территории и системы ее управления. Содержанием второго аспекта является дифференциация социально-экономической структуры, специализация производства, диверсификация экономики. Содержание третьего — рост социокультурной гетерогенности населения города — числа и качественного своеобразия городских сообществ, являющихся акторами (активными субъектами) городской жизни; аккумуляция («аккомодация» — Р. Парк) социокультурных ресурсов развития в виде накопления культурно-мировоззренческих (в том числе национальных) способов жизнедеятельности и смысловых ориентиров развития.

Понятия социального, культурного и символического капитала

Изучение ресурсов развития социальных систем вообще и города в частности в социокультурном аспекте опирается на понятия социального, культурного и символического капитала. На данный момент все более очевидным становится тезис, что «при сведении всей совокупности ресурсов к экономическому капиталу понимание хозяйственного процесса становится невозможным» [6].

В работах Дж. Коулмана и П. Бурдьё носителями социального и культурного капитала являются люди, а механизмом передачи — социализация. Насколько правомерно это понятие применять к социальным системам — организациям и городу? Влияет ли культурный капитал на экономический рост? [7]. Может ли стратегия развития города опираться на культурный капитал и как это понятие соотносится с понятием «символический капитал»? Как соотносятся понятия «культурный капитал» и «культурное наследие города»? Эти вопросы активно обсуждаются. В то же время существуют различные интерпретации этих понятий у разных авторов.

В контексте развития города необходимо подчеркнуть, что все нематериальные ресурсы существуют в когнитивной форме — как некоторое знание. «В ряде случаев путаница возникает потому, что и культурный, и символический капитал основаны на знании: в первом случае это полученное образование и общая культурная компетентность, во втором — экспертное влияние, т. е. власть, основанная на знании и признании авторитетности этого знания другими людьми» [8].

Знания обладают высокой степенью конвертируемости, поэтому однозначное определение типа знания не только затруднительно, но и не всегда необходимо. Можно говорить лишь о разных теоретических аспектах знания: личностный, организационно-управленческий и ценностно-смысловой. В реальной практике принятия решений ответы на вопросы что делать, как делать и зачем делать настолько взаимосвязаны, что существуют как отдельные фрагменты единого текста как системы представлений о социальной реальности — социальных когниций, интрасубъективных по своей природе.

Однако различие вариантов интерпретации нематериальных активов развития (точнее, сочетания различных когнитивных ресурсов) все же необходимо, но не столько по содержанию знания, сколько по контексту и цели (познавательной задаче) употребления самих понятий «социальный», «культурный» и «символический капитал».

Первый контекст — социоэкономический: рост прибыли, доходов в результате инвестиций в развитие человека. Познавательная задача здесь — показать нематериальные активы как инструмент извлечения пользы.

Второй контекст — социоструктурный: обладание капиталами лежит в основе стратификации общества и возможностей социальной мобильности, возможностей для достижения индивидуальных целей. Познавательная задача здесь — проанализировать неэкономические инструменты социального неравенства, а также механизмы конвертации всех видов капиталов, что проделал П. Бурдьё.

Третий контекст — социопространственный: исследование символических оснований производства единого ценностно-мировоззренческого пространства взаимодействия и совместного развития. Познавательная задача здесь — сформировать приоритеты и перспективы совместного развития конкретного сообщества людей, проживающих совместно, в данном случае — городского сообщества. Применительно к городу речь идет о его символическом капитале: представлениях городских сообществ о сущности и ресурсах развития.

Когнитивным ресурсам развития города, его нематериальным активам можно дать следующее определение.

Социальный капитал города — территориальная идентичность (знание территориального сообщества о самом себе), повышающая способность к согласованному действию, в том числе определенный уровень доверия между горожанами и властью.

Культурный капитал города — семиотика городской среды, «текст города», в котором закодирована его история, значимые события, опыт становления и развития, уникальные культурно-исторические ресурсы прошлого, а возможно, и будущего развития — «культурные консервы города». В институционализированном состоянии культурный капитал существует в виде программы использования культурного наследия и культурных благ в качестве ресурса развития города.

Культурный капитал города как ресурс его развития

Культурный капитал города как ресурс его развития исследован с разных сторон. Можно выделить следующие направления исследования.

«Культурные планы», ориентированные на развитие культуры и искусства в местных сообществах; их цель — адресная поддержка различных видов культурной активности в местных сообществах, что, в свою очередь, способствует укреплению городского сообщества в целом, развитию гражданского диалога между городскими сообществами [9, 10].

Исследования культурной политики, тенденции которой представляют собой «переход от культурной демократии к экономике культуры и, наконец, к новому синтетическому дискурсу „креативных городов“, опирающихся на человеческий и культурный капитал и ориентированных как на туристов, так и на новый „креативный класс“» [11, 12].

Изучение культурной экономики — видов экономической деятельности по производству и торговле культурными товарами и услугами, в том или ином смысле попадающими в разряд носителей эстетических (в широком смысле) или семиотических ценностей [13—16].

Изучение соотношения глобального и локального в культурном производстве, выявившее не столько тенденцию к повсеместному установлению абсолютного культурного единообразия, сколько появление альтернативной, уточненной разновидности региональной культурной дифференциации [17, 18].

Культурная география показала, что местоположение, культура и экономика образуют в высшей степени симбиотическое единство, а также значимость такого ресурса развития, как региональная идентичность [19—21].

В последнее время на фоне развития вышеуказанных направлений исследования культурного капитала города формируется феноменология города, направленная на исследование символического ресурса его развития. Доминирующим направлением здесь является исследование образа города и представлений городских сообществ о перспективах и механизмах развития города. «Город это, в том числе, то, как мы его воспринимаем. И от этого восприятия зависит, что мы готовы в нем видеть, и что нет. Т. е. такая отвлеченная, казалось бы, материя, как „образ города“ в действительности оказывает влияние на фактически происходящее в городе. Нет ничего более важного для понимания сути города, чем представление о том, что в нем можно себе представить, а что — нельзя...» [22].

Символический капитал города как ресурс его развития

Символический капитал города — коммуникативное пространство, в котором зарождаются новые смыслы и цели развития. Здесь важно подчеркнуть аутопойетический, а не просто информационный характер коммуникативного пространства. «Эффекты, порождаемые при наличии символического капитала, — это качественные межличностные коммуникации, итог которых — качество жизни, качество проживаемого времени, в общем, счастье» [23].

Символический капитал является особым ресурсом развития — пространственным, наряду с антропологическим, материальным, институциональным. Особенность его проявляется в том, что он является составляющим

всех видов капитала, той субстанцией, благодаря которой и становится возможным конвертация всех видов капитала.

На наш взгляд, следует четче различать культурный и символический капиталы города. Проблематика культурного капитала — это вопрос о способах и механизмах превращения культурного потенциала в экономический ресурс развития города. Проблематика символического капитала города — это вопрос о способах и механизмах построения единого пространства жизнедеятельности для всех горожан, «достижения значимых индивидуальных и коллективных целей в социально-экономической, общественно-политической или ценностно-мировоззренческих сферах (культурный капитал в широком смысле этого слова)» [24]. Символический капитал — рефлексия над целями, средствами и критериями развития. Символический капитал — ресурс разнообразия, качества жизни, комфортной среды, креативного поведения.

Городское разнообразие и когнитивные технологии развития города как ресурс развития города

В обсуждении вопроса ресурсов развития города появился тезис, разделяемый рядом авторов: ресурсом может быть такая его характерная черта, как социокультурная гетерогенность, проще говоря, — разнообразие жизненных миров горожан. Конечно, при условии их не просто сосуществования, но и взаимного развития. «Многообразие социальных форм в современном городе является главным условием для возникновения и накопления творческого потенциала, стремления к индивидуальности и своеобразию» [25, с. 195—196]. Городское разнообразие может затрагивать самые разные стороны городской жизни, как официальной, так и повседневной. Для пространственного развития в принципе равноценными являются как события городской жизни в целом, так и наличие «своих» мест для разных городских сообществ, обладающих конкретной символической ценностью.

Знание о городе как представления о том, что есть и чего нет в городской среде, представления о комфортности городской среды различны для отдельных городских сообществ. Кроме того, они могут существенно различаться в разных городах. Как ситуации городов, так и ситуации, в которых находятся различные городские сообщества, весьма многообразны, что редко учитывается при разработке планов развития: «Местная специфика лишь намеком проглядывает через гладь общих слов» [26]. В стратегических планах развития зачастую отсутствует описание механизмов и условий реализации стратегических целей через осуществление частных программ развития отдельных городских сообществ. В условиях возрастания многообразия когнитивного капитала города актуализируется проблема коммуникативного обеспечения процессов принятия и реализации решений. Одним из инструментов решения этой проблемы является имиджевая стратегия, включающая в себя рефлексию над приоритетами развития и транспарентность системы управления. В результате появляется прозрачность и предсказуемость городской стратегии, а значит, повышается аттрактивность — притягательность и привлекательность города как для демографических, так и финансовых ресурсов.

Проблематика социального партнерства, диалога между властью, бизнесом и обществом проникает и в планы стратегического развития, но нередко существует там в виде деклараций, потому как не дополняется анализом конкретных возможностей на уровне конкретных городских сообществ, спецификой видения ситуации городского развития различных акторов коммуникативного пространства. Здесь хотелось бы обратить внимание на принцип когнитивного равенства всех субъектов коммуникативного процесса [27].

Интерес к когнитивным технологиям развития города сильно возрос после того, как ряд исследователей города показали, что «место» следует рассматривать не как «объект», а как конструкцию сознания. А. Лефевр показал, что пространство не просто есть как некая данность, а производится в процессе культурно-исторических практик восприятия, осмысления и непосредственного проживания [28]. Далее Е. Сойя писал о том, что креативность городского пространства непосредственно связана с плотностью взаимодействия и гетерогенностью городской жизни [29]. Д. Харви поднимает проблему права на город [30], обращает внимание на то, что изменения в городской жизни могут производить совершенно разные акторы, а не только субъекты властных и экономических отношений. Важным общим выводом из этих и других размышлений о городском пространстве явился тезис, что дискурсивная и символическая активность создают места не в меньшей степени, чем экономическая.

Когнитивные ресурсы развития города на примере стратегии развития Сургута

Авторами статьи была предпринята попытка проработки когнитивных ресурсов развития города на материале стратегии развития Сургута до 2030 г. В частности, стояла задача определения общего смыслового вектора развития города в сознании горожан. Исследование показало, что благоприятная социально-экономическая ситуация и высокие темпы экономического развития Сургута выдвигают на первый план вопросы его социокультурного развития: развитие социальной активности населения; разработка стратегической социальной, национальной и культурной политики; формирование ценностно-смысловых перспектив развития города (миссии города); совершенствование качества жизни¹. Социокультурное направление развития Сургута выражено в запросе на повышение качества жизни со стороны информантов как в ценностном, так и в проблемном аспектах. В качестве основных проблемных зон были выявлены следующие:

- отсутствие развитого публичного пространства города, которое является важным условием формирования городской идентичности и средством (местом) коммуникации городских сообществ, что, в свою очередь, является важным условием развития гражданской активности горожан;

¹ Отчет по выполнению второго этапа муниципального контракта «Выполнение работ по разработке проекта Стратегии социально-экономического развития муниципального образования городской округ г. Сургут на период до 2030 года». Сургут. 2014 // Официальный портал администрации города Сургута. С. 30—31. URL: admsurgut.ru/files/oldfiles/dm141764_0.doc

- отсутствие масштабных социальных (культурных, научно-технических, образовательных) проектов, способных создать яркие и интересные события, поднять интеллектуальный и инновационный уровень жизнедеятельности горожан;
- недостаточность условий для профессионального и карьерного роста;
- низкая гражданская активность и участие населения в управлении жизнью города;
- неудовлетворенность горожан градостроительной политикой;
- неразвитость молодежной и национальной политики в городе.

Анализ мнений информантов показал, что смысл развития Сургута и его приоритетные направления носят ярко выраженный гуманитарный характер. Это хорошо видно в содержании доминирующей ценности качества жизни. Качество жизни имеет два аспекта: витальный и гуманитарный. Содержание витального аспекта — уровень удовлетворения витальных (базовых для жизни) потребностей и степень благоприятности проживания в городе. Структура витального аспекта состоит из следующих параметров: социально-экономическая ситуация, экологическая ситуация, социальная безопасность, социальная защищенность. Содержание гуманитарного аспекта — развитие человеческого потенциала как основного стратегического ресурса развития города. Информанты выделили следующие гуманитарные составляющие качества жизни.

1. Условия для профессионального и карьерного роста. Интервью показывают, что это наиболее проблемная зона жизнедеятельности горожан. Квалифицированные кадры и перспективы карьерного роста есть в нефтегазовой отрасли, в других отраслях это назревшая проблема, особенно для молодежи, которая уезжает (прежде всего в столицу), а за ней возможен отток и старшего поколения.

2. Гражданская активность и участие в управлении жизнью города. Многие информанты, прежде всего из старожилов, отмечали, что высокая трудовая и социальная активность горожан — характерная черта жизни города, его уникальный человеческий ресурс, позволяющий сохранять высокие темпы развития, преодолевать объективные трудности (климат, удаленность от культурных центров), решать социальные проблемы (предотвращать национальные конфликты, сдерживать рост преступности). Чувство социального равенства и способность к взаимопомощи отмечались как характерные черты социального характера сургутян. Однако в настоящее время позитивные черты самоорганизации города уходят постепенно в прошлое, а вместо них появляются такие негативные явления, как «дух временщика», сдвиг социальной активности в потребительскую сферу, мелкий криминал среди молодежи (поскольку нечем заняться), утрата перспективы проживания в городе.

3. Гуманитарная градостроительная политика и гуманитарное обустройство городской территории. Неудовлетворенность этой сферой городской жизни информантов — почти на том же уровне, что и неудовлетворенность социально-политической жизнью. И здесь есть взаимосвязь: социально значимые события как акты коммуникации нуждаются в специальном обустройстве территории как публичного городского пространства — места встреч и диалогов различных городских сообществ. Идеализированное представление

о публичном пространстве предполагает, что именно в нем берут начало процессы интеграции разрозненных, анонимных горожан в единое городское сообщество.

Возвращаясь к вопросу о том, что необходимо предпринять для повышения привлекательности Сургута для полноценной жизни или, другими словами, для возрастания его символического капитала, необходимо отметить ряд проблемных зон в пространстве Сургута, выявленных в ходе указанного исследования.

1. Незрелость коммуникативных площадок вообще, «третьих мест» в частности.

2. Незрелость организации досуга. Существенным обстоятельством возрастания значимости когнитивного ресурса развития как личности, так и городов является то, что «грань между рабочим и свободным временем или временем воспроизводства размывается» в обществе когнитивного капитализма [31]. Свободное время становится одной из центральных ценностей, а формы его организации — важным фактором как закрепления, так и привлечения демографических ресурсов. Организация досуга в городе становится инструментом его развития [32].

3. Незрелость средового проектирования как создание возможности для горожан «выйти за пределы функционалистской парадигмы как таковой и начать рассматривать город не как образование, производное от каких бы то ни было функций, а как образование самоценное...» [33].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989. 519 с.
2. Плотинский Ю. М. Проблемы развития общества знаний: социокогнитивный подход // Информационное общество. 2008. Вып. 5-6. С. 43—50.
3. Вендина О. Невидимые сдвиги в развитии городов // Демоскоп. № 407—408. 25 января — 7 февраля 2010. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2010/0407/analit01.php>
4. Вендина О. Стратегии развития крупнейших городов России: поиск концептуальных решений // Демоскоп. № 247—248. 22 мая — 4 июня 2006. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2006/0247/analit01.php>
5. Норт Д. Функционирование экономики во времени. Нобелевская лекция 9 декабря 1993 года // Отечественные записки. 2004. № 6 (21). URL: <http://www.strana-oz.ru/2004/6/funkcionirovanie-ekonomiki-vo-vremeni>
6. Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 4. С. 20—32.
7. Матецкая М. В. Влияет ли культурный капитал на экономический рост? URL: www.econopus.org/consp/files/3vbm.doc
8. Нестик Т. Культурный, социальный и символический капиталы (обзорный материал) // Альманах «Восток». 2004. Вып. 2(14). URL: http://www.situation.ru/app/j_art_325.htm
9. Возрождение городов через культуру / Ч. Лэндри, Л. Грин, Ф. Матарассо, Ф. Бьянчини. СПб.: Нотабене, 1999. 86 с.
10. Мак-Илрой Э. В поисках творческой конкурентоспособности, или как измерить тяжесть Святого Грааля? URL: <http://www.cpolicy.ru/analytics/90.html>

11. *Галкин Д. В.* Стратегии культурного развития городов: современные подходы // Журнал социологии и социальной антропологии. 2005. Т. 8. № 4. С. 41—57. URL: <http://www.jourssa.ru/2005/4/2cGalkin.pdf>
12. *О'Коннор Дж.* Культурная политика как влияние: экспорт идеи «творческих индустрий» в Санкт-Петербург. URL: <http://www.cpolicy.ru/analytics/87.html>
13. *Скотт А. Дж.* Культурная экономика в городах // Логос. 2002. № 3-4. С. 351—376.
14. *Браун Дж.* Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории. URL: <http://www.cpolicy.ru/doc.plx?id=64>
15. *Вуд Ф.* Творческая экономика городов. URL: http://www.cultura.kh.ua/images/stories/document/invest/wood_tvorchka.pdf
16. Городская среда и культурные индустрии // 60 параллель. 2005. № 3(18). URL: <http://journal.60parallel.org/ru/journal/2005/13/102.html>
17. *О'Коннор Дж.* Культурное разнообразие, развитие и глобализация упорядочения // Культурное разнообразие, развитие и глобализация: по результатам дискуссии круглого стола (Москва, 21 мая 2003 года). М.: РИК, 2003, С. 30—35.
18. *Вульфович Р. М.* Управляемый город: прошлое, настоящее, будущее. СПб.: Изд-во СЗАГС, 2009. 398 с.
19. *Замятин Д. Н.* Локальные истории и методика моделирования гуманитарно-географического образа города // Гуманитарная география: Научный и культурно-просветительский альманах. Вып. 2. М.: Институт Наследия, 2005. С. 276—322.
20. *Митин И. И.* Мифогеография как подход к изучению множественных реальностей места // Гуманитарная география. Вып. 3. М., 2006. С. 276—322.
21. *Генисаретский О. И.* Проблемы культурной идентификации и практический смысл формирования внутреннего и внешнего образа территории: доклад. Петрозаводск, 25.11.1998 // Пространственность развития и метафизика Саратова. Саратов: Изд-во ПАГС, 2001.
22. *Паченков О.* Город «на игле». Что мешает «культурной столице» стать «креативным городом». URL: http://www.contextfound.org/userfiles/file/pachenkov_txt.pdf
23. *Долгин А.* Культурный капитал как способность производить качественную коммуникацию. URL: <http://polit.ru/article/2013/06/22/dolgin/>
24. *Ширко К. Н., Загоскин Д. В.* Культурный капитал как условие и фактор инновационного развития регионов России: к теоретико-методологической модели исследования // Вестник Томского государственного университета. Сер.: Культурология и искусствоведение. 2011. № 2. С. 45—51.
25. *Скрипачева И. А.* Модели управления культурными процессами современного города (на примере города Тольятти) // Вестник ТОГУ. 2010. № 1 (16). С. 192—197.
26. *Вендина О.* Стратегии развития крупнейших городов России: поиск концептуальных решений // Демоскоп. № 247—248, 22 мая — 4 июня 2006. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2006/0247/analit01.php>
27. *Петрова В. Н., Блинов В. Н.* Партнерство в бизнесе: мировой опыт и российский парадокс // Вестник Томского государственного университета. 2015. № 392. С. 179—182.
28. *Лефевр А.* Социальное пространство // Неприкосновенный запас. № 70. URL: http://www.intelros.ru/readroom/nz/nz_70/6487-socialnoe-prostranstvo.html
29. *Сойя Э.* Как писать о городе с точки зрения пространства? // Логос. 2008. № 3(66). С. 130—140.
30. *Харви Д.* Право на город // Логос. 2008. № 3(66). С. 80—94.
31. *Полье Б.* Когнитивный капитализм на марше // Политический журнал. 4 февраля 2008. № 2 (179). URL: <http://www.politjournal.ru/index.php?action=Articles&dirid=67&tek=7917&issue=213>

32. Рукша Г. Л., Кудрина Е. Л. Интеграция субъектов культурно-досуговой деятельности как важнейшее условие развития сферы культуры городов-мегаполисов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2010. № 3. С. 96—100.

33. Генисаретский О. И. Средовое проектирование и проектная культура // Antropolog.ru. Электронный альманах о человеке. URL: <http://www.antropolog.ru/doc/persons/genis/olgen2>

REFERENCES

1. Ansoff I. *Strategicheskoe upravlenie* [Strategic management]. Moscow, Ekonomika Publ., 1989. 519 p.
2. Plotinskii Yu. M. [Problems of knowledge society development: socio-cognitive approach]. *Informatsionnoe obshchestvo* [Information society], 2008, iss. 5-6, pp. 43—50.
3. Vendina O. [Invisible shifts in urban development]. *Demoskop* [Demoscop], no. 407—408, dated 25 January — 7 February, 2010. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2010/0407/analit01.php>
4. Vendina O. [Strategies of the development of the largest cities in Russia: search for conceptual solutions]. *Demoskop* [Demoscop,] no. 247—248, dated 22 May — 4 June, 2006. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2006/0247/analit01.php>
5. Nort D. [Functioning of the economy over time. Nobel lecture dated 9 December, 1993]. *Otechestvennye zapiski* [Domestic proceedings], 2004, no. 6 (21). URL: <http://www.strana-oz.ru/2004/6/funkcionirovanie-ekonomiki-vo-vremeni>
6. Radaev V. V. [The concept of capital, form of capitals and their converting]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya* [Economic sociology], 2002, 3(4), pp. 20—32.
7. Matetskaya M. V. *Vliyaet li kulturnyi kapital na ekonomicheskii rost* [Whether the cultural capital influences the economic growth?] URL: www.econorus.org/consp/files/3vbm.doc
8. Nestik T. [Cultural, social and symbolical capitals (survey material)]. *Al'manakh «Vostok»* [Almanakh Vostok]. 2004, 2(14). URL: http://www.situation.ru/app/j_art_325.htm
9. Lendri Ch., Green L., Matarasso F., Byanchini F. *Vozrozhdenie gorodov cherez kulturu* [Urban renewal through culture]. Saint Petersburg, Notabene Publ., 1999. 86 p.
10. Mack-Ilra E. *V poiskakh tvorcheskoi konkurentosposobnosti, ili kak izmerit tyazhest' Svyatogo Graalya* [In search of creative competitiveness or how to measure the weight of the Holy Grail?]. URL: <http://www.cpolicy.ru/analytics/90.html>
11. Galkin D. V. [Strategy of the cultural development of cities: modern approaches]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoi antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 2005, 8(4), pp. 41—57. URL: <http://www.jourssa.ru/2005/4/2cGalkin.pdf>
12. O'Connor J. *Kulturnaya politika kak vliyanie: eksport idei «tvorcheskikh industrii» v Sankt-Peterburg* [Cultural policy as influence: export ideas of “creative industries” to Saint Petersburg]. URL: <http://www.cpolicy.ru/analytics/87.html>
13. Scott A. J. [Cultural economy in cities]. *Logos* [Logos], 2002, no. 3-4, pp. 351—376.
14. Brown J. *Kulturnye industrii. Vyavlenie kulturnykh resursov territorii* [Cultural industries. Identification of cultural resources on the territory]. URL: <http://www.cpolicy.ru/doc.plx?id=64>
15. Wood F. *Tvorcheskaya ekonomika gorodov* [Creative urban economics]. URL: http://www.cultura.kh.ua/images/stories/document/invest/wood_tvorch.pdf
16. [Urban environment and cultural industries]. *60 parallel'* [60th Parallel], 2005, no. 3(18). URL: <http://journal.60parallel.org/ru/journal/2005/13/102.html>

17. O'Connor J. [Cultural diversity, development and globalization of normalization]. *Kulturnoe raznoobrazie, razvitie i globalizatsiya po rezultatam diskussii kruglogo stola (Moskva, 21 maya 2003 goda)* [Cultural diversity, development and globalization: according to the results of a round-table discussion (Moscow, 21 May, 2003)]. Moscow, RIK, 2003. Pp. 30—35.
18. Vul'fovich R. M. *Upravlyaemyi gorod: proshloe, nastoyashchee, budushchee* [A controlled city: past, present, future]. Saint Petersburg, Publishing House SZAGS, 2009. 398 p.
19. Zamyatin D. N. [Local stories and technique of modeling of a humanitarian and geographical image of a city]. *Gumanitarnaya geografiya nauchnyi I kulturno-prosvetitskii al'manakh*. [Humanitarian Geography: Scientific, Cultural and Educational Almanac], is. 2. Moscow, Institut Naslediya, 2005. Pp. 276—322.
20. Mitin I. I. Myth geography as an approach to study multiple realities of the place. *Gumanitarnaya geografiya* [Humanitarian Geography], is. 3, Moscow, 2006. Pp. 276—322.
21. Genisaretskii O. I. [Problems of cultural identification and practical side of formation of an internal and external image of the territory: report]. Petrozavodsk, 25 November, 1998. *Prostranstvennost' razvitiya i metafizika Saratova* [Spatiality of development and metaphysics in Saratov]. Saratov, Publishing House PAGS, 2001.
22. Pachenkov O. *Gorod «na igle». Chto meshaet «kulturnoi stolitse» stat' «kreativnym gorodom»* [The city of addicted. What prevents “the cultural capital” to become “a creative city”]. URL: http://www.contextfound.org/userfiles/file/pachenkov_txt.pdf
23. Dolgin A. *Kulturnyi kapital kak sposobnost' proizvodit' kachestvennyuyu kommunikatsiyu* [Cultural capital as an ability for high-quality communication]. URL: <http://polit.ru/article/2013/06/22/dolgin/>
24. Shirko K. N., Zagoskin D. V. [Cultural capital as a condition and factor of innovative development of regions in Russia: to theoretical and methodological model of study]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Kulturologiya i iskusstvovedenie* [Bulletin of Tomsk State University. Issue: Cultural Science and Art History], 2011, no. 2, pp. 45—51.
25. Skripacheva I. A. [Models of management of cultural processes in a modern city (by the example of the city of Toliatti)]. *Vestnik TOGU* [Bulletin of TOSU], 2010, no. 1 (16), pp. 192—197.
26. Vendina O. [Strategies of the development of the largest cities in Russia: search for conceptual solutions]. *Demoscop* [Demoscop], no. 247—248, dated 22 May — 4 June, 2006. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2006/0247/analit01.php>
27. Petrova V. N., Blinov V. N. [Partnership in business: international experience and Russian paradox]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Tomsk State University], 2015, no. 392, pp. 179—182.
28. Lefebvre A. [Social space]. *Neprikosnovennyi zapas* [Emergency Ration], no. 70, URL: http://www.intelros.ru/readroom/nz/nz_70/6487-socialnoe-prostranstvo.html
29. Soja E. [How to write about a city from the point of view of space?]. *Logos* [Logos], 2008, no. 3(66), pp. 130—140
30. Harvey D. [Right for the city]. *Logos* [Logos], 2008, no. 3(66), pp. 80—94.
31. Polre B. [Cognitive capitalism on the march]. *Politicheskii zhurnal* [Political Journal], 4 February, 2008, no. 2(179), URL: <http://www.politjournal.ru/index.php?action=Articles&dirid=67&tek=7917&issue=213>
32. Ruksha G. L., Kudrina E. L. [Integration of the subjects of cultural and leisure activity as the most important condition of the development of the sphere of culture in metropolises]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kultury i iskusstv* [Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts], 2010, no. 3, pp. 96—100.

33. Genisaretskii O. I. [Environmental design and design culture]. *Antropolog.ru. Elektronnyi al'manakh o cheloveke* [Antropolog.ru Electronic almanac about a person]. URL: <http://www.antropolog.ru/doc/persons/genis/olgen2>

© *Блинов В. Н., Кашпур В. В., Пирогов С. В., 2018*

*Поступила в редакцию
в феврале 2018 г.*

*Received
in February, 2018*

Ссылка для цитирования: *Блинов В. Н., Кашпур В. В., Пирогов С. В.* Когнитивные ресурсы развития города (на материале исследований по разработке стратегии города Сургута) // Социология города. 2018. № 2. С. 65—77.

For citation: *Blinov V. N., Kashpur V. V., Pirogov S. V.* [Cognitive resources of development of a city (a case study of surveys on Surgut strategy development)]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2018, no. 2, pp. 65—77.