

Линда Мосс

Развитие культурных индустрий в Карелии: возможен ли успех?

Краткий обзор

Целью моей статьи является анализ возможностей и препон для развития в России культурных индустрий и культурного туризма. В качестве объекта изучения я выбрала республику Карелию, так как сюда за последнее десятилетие было стянуто достаточно внешних ресурсов, направленных на развитие туристического потенциала республики: в местные программы инвестировали и TACIS, и Институт «Открытое общество», другие транснациональные структуры. В ходе исследования мне было интересно отследить степень влияния на проблему наследия советского периода; понять принципы и особенности современной культурной политики в России; существующие на сегодняшний день подходы и отношение отдельных представителей и учреждений сферы культуры Карелии; оценить перспективы инфраструктуры.

Помимо живой работы наблюдателя, проведенных мною встреч и дискуссий с политиками и руководителями учреждений культуры, мне пришлось изучить и проанализировать нормативную и законодательную базу, регламентирующую этот сектор экономики в России и в частности в Карелии. В этой небольшой статье я делюсь своими выводами и гипотезами, а также привожу описание появляющихся в Карелии малых культурных предприятий. Я благодарю моих российских коллег, кто помогал мне в этой работе во время моего визита в Карелию и после – отвечая на мои многочисленные вопросы по электронной почте.

Культурная ситуация в современной России меняется не столь стремительно, как ее политический климат. В основе блока проблем сферы культуры, как показывают собранные мною данные, лежит бремя советского наследия: безнадежно устаревшие материальная инфраструктура и, система городского проектирования, явный недостаток финансовых средств, направляемых на решение этой проблемы; неприязненное отношение политиков и руководителей культуры к понятиям «культурная индустрия», «творческая индустрия» (различия понятий см. Гарнхам, 2005 год), слабый дизайн культурной составляющей туризма. Организации культуры представлены в подавляющем большинстве государственными и муниципальными учреждениями, не владеющими технологиями маркетинга и никогда ими не занимавшимися. Небольшой сектор негосударственных организаций (так называемый третий сектор экономики), также пока не отличается грамотным продвижением на рынке культуры. [\[11\]](#)

Европейские культурные институции, гуманитарные фонды, развивая свои отношения с российскими организациями, стремятся разрешить российские проблемы прямым наложением западных технологи, что следует расценивать как тревожную тенденцию. Культурные индустрии являются основой экономики культуры в наших странах, но очень важно не пытаться переносить готовые модели на российскую почву.

Культура Карелии, самой северной республики на западе РФ, имеет несколько иную интонацию в отличие от среднероссийской. Определяющими факторами являются ее непосредственная близость к Скандинавии и существующие взаимосвязи с соседями, особенно с Финляндией. Общая же ситуация в стране и сам центр влияют на Карелию намного меньше. Тем не менее, и здесь по-прежнему сохраняется советский подход к экономике этой сферы: главным считается сохранение памятников старины, доступность таких традиционных форм культуры, как музеи, театры и филармонические концерты. Развитие культурных индустрий, культурного туризма и

маркетинг государственных учреждений культуры не являются приоритетным направлением в обеспечении культурной деятельности республики.

На фоне других российских городов Петрозаводск, столица приграничной Карелии, выделяется избытком (по российским меркам) баров, кафе и ресторанов, которые растут как грибы, в основном, за счет «алкогольного туризма» финских соседей. Конечно, в Карелии представлен и культурный туризм, связанный прежде всего с островом Кижы. Но посетители музея-заповедника Кижы минуют материковую часть Карелии. Туристический потенциал республики составляют и знаменитые петроглифы, богатая сеть чистых нетронутых цивилизацией озер, включающая самое большое в Европе Онежское озеро. Но все это фактически неизвестно за пределами Карелии.

Что касается самой сферы культуры в республике, то ее состояние, на мой взгляд, пока не слишком отличается от картины в других регионах России, несмотря на приграничье с европейскими странами. Культурная бюрократия, воспитанная в советских традициях управления, продолжает распределять бюджетные средства между музеями и организациями исполнительских видов искусств с абсолютной уверенностью, что надо уменьшать государственные дотации, но ничего взамен не предлагает. В это же время менеджеры культуры, действующие в системе республиканского правительства или в партнерстве с ним, предпринимают попытки изменить культурную политику и инфраструктуру. Активное сотрудничество с Финляндией дает республике возможность привлечения внушительных финансовых средств Европейского Союза на развитие культурного туризма и культурных индустрий.

Нам важно обратить на это внимание, перед тем как обратиться непосредственно к анализу печатных источников информации по нашей проблематике.

С развалом советской системы Россия переходит на принципы рыночной экономики, где определяющим фактором является спрос. Изменения эти происходят не системно и неравномерно в различных областях. Где-то воздействие рынка было стремительным и мощным: в Россию пришли большие торговые сети, розничная торговля товаров продуктов питания и потребления расцвела на глазах, а автомобильный рынок по своей активности занял пятую позицию в Европе! Но есть сферы экономической деятельности, где рыночные отношения внедряются непросто. Культура относится к этой категории. Неочевидны и способы, и масштабы перевода этой сферы на рыночные условия жизнеобеспечения.

Необходимость научиться выстраивать самостоятельно свою финансовую политику и обеспечение, обходясь без государственной поддержки, для многих культурных организаций 1990-х годов была вынужденной (Мосс, 2005). Определенные денежные средства Европейского Союза были предназначены специально для их поддержки и для развития современной культуры в России (наиболее значительной была программа TACIS). Помимо финансовых вливаний была и мощная экспертная поддержка: сюда приезжало с запада много серьезных специалистов по культурному менеджменту, которые проводили образовательные программы, консультировали местные проекты, пытались содействовать позитивным изменениям. Возникло коллективное понимание необходимости комбинированной экономики малых предприятий в области культуры, необходимости маркетинга действующих гуманитарных наук и создания критической массы для роста культурного сектора. Однако на практике за последние 15 лет мало что было сделано, и за пределами столичных городов, Москвы и Санкт-Петербурга, об этом почти ничего не слышали.

Число культурных организаций, со штатом менее 50 человек, очень неустойчиво (например, с 1550 в 2000 году до 1100 в 2001 только в Санкт-Петербурге), и их вклад в экономику России никогда не достигал 2% от всех малых предприятий (Белова, 2002). Особых доказательств надежного стабильного роста практически нет, но это можно скрыть количеством организаций, работающих в теневой экономике: что составляет примерно 23% всей сферы обслуживания, из которой культурные индустрии составляют 25% (Сквозников, Азерникова, 2001). Учитывая поддержку из Европы и

интерес со стороны нового корпуса российских менеджеров, этот факт может показаться удивительным.

Изучение аналитических работ, написанных и опубликованных в профессиональной российской печати, позволило мне предположить несколько тому причин. Россияне сосредоточены на непосредственных препятствиях культурному росту. Они жестко критикуют существующую устаревшую государственную систему управления сферой культуры, которая ограничивает финансовую и правовую гибкость субъектов культуры, следовательно, ограничивают развитие некоммерческого негосударственного сектора в этой области (Якутова, 2004; Колотурский, 2004). Широко распространенная во властных кругах коррупция также существенно тормозит развитие мелкого культурного бизнеса. В этом секторе, так зависящем от системы общественных связей и взаимного доверия, ее негативное воздействие сказывается заметнее, чем в крупном бизнесе с его тщательно продуманной системой управления (Глинкова, 1999).

Среди публикаций, которые мне удалось найти, можно встретить описания проектов, направленных на локальное решение названных проблем (Исмаилова, 2005; Сологуб, 2005), и единичные статьи о необходимости совершения позиционных изменений культурными менеджерами и предпринимателями (Мильков, 2004). И то, и другое требует детального знания современной российской административной системы и существующего опыта. Авторы этих и других публикаций с энтузиазмом [к2]обсуждают и критикуют государственную политику, которая не благоприятствует развитию культурных индустрий. Мне кажется, такая открытая публичная ситуация может способствовать идентификации и порицанию определенных проблем в профессиональном сообществе. Не хватает лишь объективной аналитики причин, которые препятствуют развитию последние 15 лет, с тем, чтобы их устранить. Возможно, для этого не будет лишним сторонний взгляд европейского исследователя?

Между тем, зарубежные авторы, также признавая проблемы современного культурного строительства в России, склонны искать причины медленного развития культурных индустрий в России в особенности русской души. Непостоянство поведения российского потребителя на рынке товаров и услуг, с одной стороны, и необходимость установления новых социальных или моральных норм после распада советской системы, с другой, заявляются как причины провала любых попыток внесения прогресса или адаптации западного опыта в области культурного развития (Pilkington, H, 2002.) Джастин О'Коннор (2005) утверждает, что длительная неопределенность России в отношениях с Европой и утрата ею статуса мировой державы в немалой доле определяют причины недоверия к западным моделям организации сферы культуры и к любой помощи вообще. Автор настоящего исследования исходит из двух предположений. Одно из них связано с тем, что культура в России – это сфера, представляющая величие государства, поэтому выведение ее в условия рынка кажется для многих россиян равнозначным отречению от национальных ценностей. Кроме того, в этой стране культура и бизнес слишком долго существовали отдельно, необходимо масштабное преобразование представлений о сути культуры и ее месте в жизни, о возможности адаптации иного опыта у себя. Вот главное направление настоящих и будущих демократических дебатов. Оба автора отмечают, что различие между «высокой» и «популярной» культурой в России кардинально, а историческая, политическая, экономическая и культурная разница с Западом настолько велика, что возможно появление и усвоение не-западных моделей развития культурных индустрий в России. Эти присущие только этой стране и не слишком очевидные на первый взгляд препятствия в развитии культурных индустрий не осознаются и не принимаются в расчет даже теми российскими менеджерами, кто является сторонником заимствования западного опыта организации пространства культуры. Впрочем, возможно, что как раз для выявления этих причин требуется внешняя оценка отношений и традиционных для России культурных практик.

Рискну выдвинуть тезис, что русский язык сам по себе является одним из тормозящих факторов в изучении возможностей для развития культурных индустрий, – по меньшей мере, в адекватном понимании принятой на западе терминологии. Было доказано, что

языковая структура и лексика неразрывно связаны с типом возможных с их помощью интеллектуальных исследований. К примеру, гегельянская логика могла быть сформулирована и аргументирована именно на немецком языке. Русский язык – это язык точных, сложных конструкций и точно определенных значений. Эти свойства, возможно, идеально подходят для изучения серьезной литературы или математики, но не всегда позволяют проявиться скрытому смыслу в отличие от прямого значения или неопределенному выражению ассоциаций не сформулированных еще идей. Так, «культурные индустрии» в русском понимании – это оксюморон (сочетание противоположных по значению слов): слово «индустрия» относится только к тяжелому производству, а «культура» – к тому, что на западе многие определяют как «высокая культура» или «культурное наследие». Таким образом, эта фраза сама по себе в русском переводе звучит бессмысленно. Так же обречены на неудачу такие распространенные на Западе культурные явления как «street animation», «café culture» или «retail therapy» в связи с отсутствием в русском языке адекватных терминов. Не переводить же буквально «retail therapy» как терапия покупками!

Даже глагол «думать» не может использоваться как непереходный: необходимо «думать до некоторой степени». Для неограниченного временем «думания» нужно использовать глагол «размышлять», что придает ему менее четкий оттенок. Все это означает, что в русском языке очень трудно играть обычно не ассоциирующимися [к3] понятиями, и тем самым трудно проводить разно-отраслевые связи, которые являются ключевыми для роста культурных индустрий.

Также мне кажутся важными причины, кроющиеся в основе российской культурной политики. Российское законодательство описывает культурную деятельность как «работу по сохранению, созданию, распространению и освоению культурных ценностей». Креативная деятельность определяется как «создание культурных ценностей и их интерпретация» (ФЗ о культуре № 3612-1 от 09.10.1992). Принципиально для нас то, что здесь не упоминается творческий процесс: в фокусе ценность и интерпретация культурного наследия, но не создание. Оба приведенных мною определения имеют отношение к деятельности, которая возможна по отношению к результатам творчества, но они не учитывают, не принимают во внимание вообще деятельность по созданию культуры, сотворению культурных артефактов и так далее.

Сравним российский подход к законодательному определению культуры с британским. В аналогичных государственных документах, принятых в Великобритании, основной акцент сделан на творческие индустрии или на социальные выгоды от культурного партнерства, нежели чем на «культуру» как таковую. Признанное правительственное определение культурных индустрий – «культурные индустрии, которые берут свое начало в частном творчестве, навыках и таланте» (Smith, 2001) делает определяющим фактором развития культуры креативный процесс, тогда как деятельность по сохранению или интерпретации продуктов творчества не упоминается вообще. Разница в подходах принципиальная, и совершенно очевидно, как она влияет на развитие существующих в наших странах практик. При сохранении этого положения вещей культурные индустрии, имеющие в своей основе частное творчество, не могут претендовать в России на поддержку со стороны государства наряду с традиционным приоритетом сохранения и интерпретации культурного наследия.

Существующий на национальном уровне подход к пониманию культуры лежит в основе и региональных нормативных и стратегических документов. Так, например, республиканская целевая программа "Развитие сферы культуры в Республике Карелия до 2012 года" (этот документ я изучала в его проектом, неопубликованном состоянии) нацелена на то, чтобы превратить культуру в ресурс социально-экономического развития Карелии, повысить привлекательность республики как центра культуры и туризма, содействовать развитию инвестиционной привлекательности территории. Однако для достижения этой цели в первую очередь провозглашается намерение «сохранить, возратить и интерпретировать культурное наследие республики» (ч.1). В числе одиннадцати сформулированных приоритетов первые четыре относятся к сохранению, а развитие культурных индустрий не упомянуто вообще! Подробно

изложены предложения, связанные с обучением новаторским методикам молодых художников, учреждением официальной системы поддержки для менеджеров культуры, но нет ничего определенного о культурном предпринимательстве как подходе к организации деятельности в этой сфере. Развитие культурного туризма основано на «музеефикации» сельских местностей посредством финансирования из ЕС (ч.4) Таким образом, даже в текущем долгосрочном планировании «сохранение» и «наследие» являются ключевыми понятиями для развития культуры, на них сделан основной упор при достижении социального и экономического успеха.

Такой подход, ставящий во главу угла национальное достояние, все еще превалирует практически во всей культурной деятельности, финансируемой государством. При распределении скудного государственного дохода предпочтение отдается не инвестированию нового культурного предпринимательства, а сохранению и возвращению исторических зданий (включая восстановленные здания). На примере Карелии мы видим, что согласно ее целевой программе "Развитие сферы культуры в Республике Карелия до 2012 года" на материальное сохранение национального наследия из бюджета государственного финансирования выделяется 1 млрд. руб., тогда как всего 0,3 млн. на обучение художников новым изобразительным технологиям (стр.16) и ничего на обучение корпуса молодых менеджеров в сфере культуры, которое числится в числе приоритетов!

В вопросе подготовки кадров управленцев в этой сфере существует следующая проблема. Большинство чиновников и руководителей российских организаций культуры получили образование либо в советское время, когда культура служила национальной идеологии, либо позже, но в духе укоренившихся с тех пор традиций. Одной из таковых, например, является сохранившееся представление о важности коллективных, массовых форм проведения праздников. Очевидно, поэтому в республиканской целевой программе в разделе культурных программ сделан такой акцент на государственные массовые праздники: «День Победы», «День российской армии» и так далее. Руководители культуры настолько привыкли к тому, что культура в России всегда была на полном государственном обеспечении, что им очень трудно адаптироваться в ситуации необходимости многоканального финансирования, когда часть средств на существование нужно зарабатывать самим, когда необходим ясный маркетинг каждой организации и определение ее миссии в обществе.

Далее, в советский период руководитель учреждения культуры не имел права принимать управленческие решения согласно требованиям ситуации. Проведение культурной политики было отделено от управления на среднем и низовом уровне. Подобные же подходы система управления в культуре сохраняет и сейчас, поэтому руководители в массе своей не владеют пока интегрированными подходами к политике/маркетингу/управлению. Функция управления муниципальной или государственной организацией культуры сводится чаще всего к технике лавирования между заданиями и выделенным финансированием. Молодые предприниматели в сфере культуры, новое поколение менеджеров культуры могут овладеть искусством разумного принятия решений, интегрированных маркетинговых коммуникаций только методом проб и ошибок.

Возможно, эта картина неодинакова в других регионах России, возможно, влияние проблем менеджмента более заметно в Карелии, нежели в Москве, Санкт-Петербурге или других городах со стабильной туристической индустрией, по меньшей мере, появляющимся сообществом культурных индустрий. Во всяком случае, внешние проявления этих проблем здесь очевидны, в первую очередь – в постановке дела в презентации организаций, связанных с культурным наследием, то есть организаций, весьма значимых в региональной культурной политике. Например, у входа в Карельский государственный краеведческий музей висит только маленькая табличка с названием. Ее можно заметить лишь тогда, когда ты уже стоишь рядом с тяжелыми деревянными дверями. В музейном киоске Вам предложат купить только открытки, имеющиеся здесь в ограниченном ассортименте, каталоги и проспекты музея. Публичное пространство музея представляет собою особняк XVIII века, ранее

принадлежавший губернатору. Просторный Зал Дворянского собрания в центре музея используется лишь для проведения конференций и прочих общественных мероприятий, не более. Я была единственным посетителем, зато в каждом зале стоял служащий музея.

Гостям Петрозаводска, не владеющим русским языком, довольно сложно организовать свою «культурную программу»: здесь вам не предложена в свободном доступе информация о транспортной схеме, обо всех существующих организациях культуры, даже о расположении ресторанов – обо всем этом придется спрашивать. Проблема навигации для гостей и туристов осложняется тем, что по внешнему виду зданий трудно догадаться, что именно перед вами – офис, или артхаус, или жилой дом. Эта проблема, кстати, справедлива и для многих западных городов, включая северные – такие как Копенгаген в Дании или Берген в Норвегии. Большинство баров и ресторанов находятся в подвальных помещениях с двойными дверями и без окон. Окна магазинов закрыты гофрированной бумагой или заставлены сверху донизу товарами обратной стороной наружу. Культура не является частью повседневности, она существует невидимо, отдельно – за дверями учреждений и в исторической части города – гармоничной архитектуре XVIII века с ее прелестного вида бледной коричневатожелтого цвета штукатуркой фасадов, счастливо избежавшей вандальных граффити.

В начале статьи уже упоминалось необычное для России большое количество баров и ресторанов в Петрозаводске. Некоторые из них сами по себе являются маленькими культурными предприятиями, предоставляя пространство для выставок и видеопросмотров, живую музыку, книги и газеты. При том, что в столице Карелии всего один отель, отвечающий международным стандартам, это создает поверхностное впечатление европейского города.

Тем не менее, город чувствует себя очень уютно со своим советским прошлым (здесь не было попыток разрушить статуи Ленина или уничтожить советские названия улиц). По российским меркам он невелик (население 250 тыс.), дома и улицы сомасштабны человеку, центральную часть легко пройти пешком. Его самое красивое место – набережная вокруг Онежского озера, протяженностью в 10 км (!). Правда, спроектирована она в монументальном стиле, без учета потребностей человека – с громадным, незащищенным от ветра, и, следовательно, практически неиспользуемым, открытым «парком». Здесь можно найти впечатляющую коллекцию скульптуры, каждую из которых здесь устанавливал на память город-побратим Петрозаводска. Но это всё. Даже великолепный вид на озеро не продуман ни из одного из общедоступных, публичных зданий, исключая лишь одно – здание городской администрации. Все остальные стоят спиной к берегу, как бы закрывая глаза на повседневную жизнь города. Вообще здесь общественные здания традиционно огорожены и строятся фасадом во двор. А раз так, возможность любоваться Онежским заливом второго по величине озера в Европе, в этом северном городе сведена самое большое к трем месяцам, когда тепло и прогулки на набережной приятны.

Однако насколько мне удалось понять, отвод части берега озера под какое-либо строительство может вызвать яростное сопротивление. В Карелии не приняты здания типа галерея-кафе со стеклянными фасадами, смотрящими на проезжую часть. Когда местных жителей спрашиваешь об их отношении к подобным пространствам, то по ответам можно понять: жители предпочитают, чтобы их свободное времяпрепровождение было скрыто от посторонних глаз. В последние десятилетия в России было не так уж много возможностей строить новые здания или помещения, специально предназначенные для коммуникации или свободного времяпрепровождения людей, поэтому привычные для Европы визуальные соотношения между внешним обликом таких мест и их содержанием пока здесь не распространены.

По западным стандартам у развития береговой линии огромный потенциал, так же как и есть возможность развития водных видов спорта и парусного спорта посредством комплексной топографии озера. Но это потребует особого подхода к городскому

планированию и развитие туризма, что, возможно, незнакомо, а возможно, и неприемлемо, и в любом случае невероятно дорогостояще.

Остров Кижы на Онежском озере – один из ярчайших примеров российских контрастов между большими возможностями для развития культурного туризма и тем, что реализовано. Как музей, остров был открыт еще в 1966 году, но в то время весь этот регион был недоступен иностранцам. По иным причинам и большинство россиян не имело возможности побывать здесь. С началом горбачевской перестройки Кижы становятся известными во всем мире. Музейно-архитектурный комплекс деревянного зодчества (XVI – XIX вв.) веков из 75 строений, признанный с 1990 года в числе памятников мирового наследия, с множеством луковичных куполов и шатровых кровель, выделяющийся на фоне низкого горизонта, восхитительная атмосфера этого рукотворного пространства делают этот остров его местом притяжения многочисленных лайнеров, международных круизных кораблей.

Теперь с мая по октябрь, таков туристический сезон острова, Кижы посещает более 2000 экскурсантов со всего мира ежедневно. По данным ЦКИ в 2006 г. о. Кижы принял примерно 170000 посетителей, в 2003 – 160000 человек. Но означает ли это успех? Приезжающие на остров практически ничего не вкладывают в местную экономику, потому что здесь нет инфраструктуры. Посещение Кижей согласно существующим туристическим программам длится не более трех часов, сервис сведен до минимума экскурсионного обслуживания. Нет ни визит центра, ни ресторана, а санитарные «удобства» - на улице (*дословно – туалет – это дырка в доске над ямкой. Прим. пер.*) Питание и проживание организовано на кораблях, доставляющих посетителей острова; из сувениров здесь можно купить лишь матрешек, которые продаются по всей России и несколько видовых открыток. Работники музея, которых можно встретить в некоторых домиках, говорят, что ассортимент туристических и музейных сувениров зависит от администрации, и что они не могут влиять на разнообразие ассортимента.

Кижы – это только одно из многих чудесных мест для развития туризма в Карелии. В их числе нельзя не назвать и Соловецкие острова в Белом море. Административно они отнесены к Архангельской области, однако, из карельского города Кемь – самый короткий путь от материка до Соловков – примерно 45 км. Благодаря роману «Архипелаг ГУЛАГ» Александра Солженицына, возможно, они получили дополнительную известность в мире как место сталинских лагерей. Но для большинства россиян главная символическая ценность Соловков связана все-таки с сохранившейся здесь архитектурой и действующим православным монастырем XV века, с пафосом русского духа и романтикой суровой северной реальности. Эти острова также включены в маршруты морских круизов и приносят небольшую прибыль экономике Карелии. Бесспорным культурным достоянием республики являются доисторические петроглифы, пожалуй, в самой лучшей сохранности в мире. При этом знают об этом лишь немногие специалисты и сотрудники национального музея. Несмотря на то, что они намного более характерные, сложные и разнообразные, чем известные петроглифы северо-запада Америки, информация о карельских петроглифах выдается лишь пятидесятой по релевантности в поисковых системах глобальной сети Интернет. Хотя существует несколько интернет ресурсов, посвященных петроглифам и созданных в Карелии, в том числе на английском и финском языках. Согласно комментарию карельских коллег, зарубежные пользователи Интернета пользуются для получения информации о России (в нашем случае о Карелии) общепринятыми мировыми поисковыми системами, а не российскими; именно этим может объясняться ситуация, когда сайт, достаточно популярный в рунете, который при поиске, допустим, Яндексом, выдается в первой двадцатке, зарубежным пользователем не находится вовсе. [1]

Это некий условный показатель их популярности, свидетельствующий о том, что правительство республики, занятое политикой развития культурного туризма, не уделяет должного внимания продвижению этого продукта на туристический рынок. Кальку с петроглифов можно увидеть в республиканском музее, но купить какие-либо изображения, сувениры с такой тематикой невозможно, при том, что организация такого сувенирного производства вряд ли представляет сложность.

Карелия также является одним из немногих оставшихся мест дикой, нетронутой природы, причем самым большим в Европе. Это огромное пространство озер, рек, тайги и тундры. Более 49% территории республики покрыто хвойными лесами. В Карелии более 60 тысяч озер и 27 тысяч рек. Если посчитать, что плотность населения составляет только 4 человека на километр, а 37% от их общего числа живут в Петрозаводске, то легко заметить, что для России и для индустриализированного Запада эта территория представляет собой гигантский ресурс для развития «экстремального туризма». Карело-финский эпос «Калевала», кстати! в свое время вдохновил Дж. Р. Толкиена на создание знаменитого «Властелина Колец». Насколько можно судить по моим встречам, министерство культуры РК не планирует (пока, по крайней мере) каких-либо крупных инвестиционных проектов, хотя они вполне возможны при интересе частного туристического капитала.

Но что это может быть, кроме традиционных тематических парков? Такой подход предусматривает инфраструктуру, более приспособленную для группового туризма, чем для индивидуального. До недавних пор россияне практически всегда путешествовали группами (в советский период это был единственный разрешенный в России тип туризма). В результате этого гостиничный бизнес, коммуникация, информационные каналы, транспорт развивали адекватные для этой формы путешествий предложения и с тех пор не приспособлены для обслуживания отдельных туристов. Здесь нет возможности арендовать машину, маленькую лодку, коттедж в лесу или на озере, невозможно найти в продаже подробную карту и так далее. Однако потенциально привлекательные для туристов места в Карелии гораздо больше подходят для индивидуального посещения, уединенного времяпрепровождения.

В Великобритании было доказано (Urry, 2002), что организованный групповой туризм привлекает тех, кто во время отдыха предпочитает иметь готовую программу развлечений, сопровождение экскурсоводов и аниматоров, заранее расписанные отели и прочее. Этому отвечают различного рода тематические парки с организованными в них играми и общепринятые курорты.

Но есть и другая категория путешественников, которые понимают время отдыха в романтическом ключе, ищут уединения и общения с природой. Для таких людей тематические парки – мука, а нетронутые заповедные пространства Карелии – наслаждение. Вышеназванный автор отмечает, что в последнее время развивается спектр занятий для активного отдыха, требующих опыта и определенных знаний: парусный спорт, спортивное пилотирование, верховая езда, подводные виды спорта, охота и т.д. Все это может найти применение в природном ландшафте Карелии. До настоящего момента подобные предложения в Карелии поступают только от туристических компаний скандинавских стран и адресованы иностранцам. Однако в России привычка проводить отпуск индивидуально становится все более распространенной, поэтому среди россиян подобное предложение может быть востребовано не менее, если не более, чем тематические парки, предназначенные для отдыха в больших компаниях.

Все эти тенденции важно учесть при развитии рынка международного туризма и планировании его устойчивого будущего.

Возможно ли преодолеть все вскрытые препятствия для развития культурных индустрий и культурного туризма в Карелии? Немало агентств, небольших свободных культурных организаций и отдельных людей пытаются при существующей поддержке властей выстроить культурную и креативную экономику в Карелии. Республика достаточно небольшая, что позволяет им действовать согласованно и автономно, без какого бы то ни было федерального вмешательства. Петрозаводск постепенно становится активной точкой взаимодействия культурных провайдеров из различных городов, включая столицу. Здесь может быть образована широкая зона распространения журнала «60 параллель», который издается в Западной Сибири их коллегами, Центром культурных инициатив Сургута и который собирает весь опыт развития культурных индустрий в России, начиная с самого крайнего севера РФ,

сотрудничает как с российскими менеджерами культуры, так и скандинавскими. Центр культурных инициатив (ЦКИ), финансируемый Министерством культуры Карелии является наиболее стратегическим из всех организаций. Факт его учреждения сам по себе обнадеживающий. Его главной задачей является развитие связей между культурными и туристическими агентствами и содействие развитию культурного туризма. Большинство проектов неизбежно направлено на поддержку культурного наследия и музеев (согласно государственной политике), однако его работники хорошо знакомы и с другими типами культурного экономического и туристического развития. Они проводят семинары для менеджеров культуры. Центр является единственным агентством, который собирает и продвигает в Интернете информацию обо всех культурных местах (от петроглифов до ночных клубов) в Карелии, но эти сайты не так легко найти в поисковых системах по причине их редкого использования. В сфере его действия также медиа-центр «Выход», выступающий адептом современного искусства и малых культурных форм. Здесь есть пространство для выставок и проведения лекций, здесь проводятся музыкальные концерты и фестивали, имеющие международный резонанс. ЦКИ – один из нескольких организаций в России, существующих на средства государства с дополнительным финансированием из иностранных фондов, которые способствуют развитию культурных индустрий.

В самом Министерстве культуры есть также прогрессивные деятели, которые работают в тесном контакте с ЦКИ, всячески поддерживая их проекты. Одним из последних, например, как раз стал проект «Карельская ремесленно-сувенирная сеть», направленный на улучшение качества, художественных достоинств и разнообразия сувениров с использованием распространенных в Скандинавии технологий.

Есть и другие предприятия в сфере культуры, которые полагаются на частное финансирование, маркетинговые шаги и постепенное «выращивание» сообщества пользователей. Они и выживают без существенной поддержки государства. Например, художник авторской куклы, Татьяна Калинина, работает и делает свои выставки в подвале многоквартирного дома за городом. Эта мастерская никак не обозначена на карте культурных ресурсов, ее сложно найти, если не знаешь точного адреса. Она продает свои куклы прямо из своей мастерской, а также с выставок в Москве и в Санкт Петербурге. При этом в связи с определенными административными сложностями почему-то нет возможности организовать продажу своих произведений на территории республики легально (например, в Кижях), дизайн кукол имеет традиционные местные отличительные черты.

Морской историко-культурный центр «Полярный Одиссей» и его музей, расположенный у озера, имеет крайне интересную историю своей работы и большой потенциал с позиций нашего исследования. История клуба начинается с 1978 г., когда группа энтузиастов на небольшом деревянном паруснике "Полярный Одиссей", аналоге древних русских судов, начала свои плавания по заполярным морям. Этот же клуб в 1994г. при поддержке правительства РК в Петрозаводске создал морской историко-культурный центр. Администрация г. Петрозаводска выделила центру для развития судостроительной базы территорию на берегу Онежского озера. Члены клуба занимаются реконструкцией исторически значимых моделей старинных деревянных кораблей, на которых потом совершают плавания по северным морям, по маршрутам известных путешественников и исследователей. Они известны и признаны международным сообществом мореплавателей. Здесь собран большой материал по истории и культуре судостроения и мореходства, здесь воспроизводятся традиции древних поморов, что может служить мощным воспитательным средством для молодых людей, испытывающих себя в тяготах ручного судостроения и морского дела.

Это предприятие, существующее в течение двадцати лет на крошечный доход, на взгляд автора, могло бы быть реальной творческой индустрией, обеспечивающей трудоустройство, поддерживающей ремесла, исторически свойственные береговому северным культурам и предлагающей самобытный культурный продукт. Пока же картина оставляет простор для воображения и требует целевого финансирования. Центр располагается в деревянных постройках рядом со своим партнером - музеем

судостроительного завода «Авангард». Какие-то из кораблей печально мокнут в воде незаконченными, в состоянии незавершенности и пристань, предназначенная служить не только причалом, но и частью музея. Дорога, ведущая к музею, грунтовая, что, конечно, ограничивает возможности потенциального туристического потока. Да и открыт для посетителей он пока всего один раз в неделю.

Программы ЕС, предназначенные в помощь развитию в России рыночной экономики путем расширения взаимодействия российских организаций с соседними европейскими странами, весьма востребованы в Карелии. Например, Карелия выдвинула проект развития сети сельских музеев и создания специальной туристической инфраструктуры в партнерстве с финскими коллегами, и получила на эти цели средства от программы TACIS (Сологуб, 2005[1]). С целью повышения профессионализма и развитие навыков менеджмента у специалистов, работающих в сфере культуры, творческих индустрий создана специальная образовательная программа для подготовки специалистов в области творческих индустрий в Республике Карелия и на Северо-западе РФ. Она находится на рассмотрении Европейской комиссии, программа TEMPUS .

Однако прямая передача западного опыта по развитию культурных индустрий невозможна, западные модели нуждаются в адаптации на российской почве. В связи с этим, на мой взгляд, ожидаемый эффект от проводимых образовательных программ весьма ограничен.

Основной принцип, который лежит в основе поддержки из ЕС – создание объединенной Европы – у многих вызывает скептическое отношение. Многие из новаторских аспектов республиканской целевой программы "Развитие сферы культуры в Республике Карелия до 2012 года", направленных на развитие творческих видов деятельности, основаны на финансирование ЕС и международных фондов. Значит ли это, что все-таки это направление деятельности не является в числе первых, безусловных приоритетов? Правительства обычно склонны предполагать, что желаемый экономический эффект возникает сам собой от совместной художественной деятельности и творческих индустрий (DCMS 1999 и 2004, Looseley, 2005, и критика у Бельфиоре, 2004), но ни один такой проект всерьез не рассматривается в программе "Развитие сферы культуры в Республике Карелия до 2012 года", либо в текущих республиканских бюджетах.

Развитие новых для республики отраслей, таких как туризм, почему-то предполагается обеспечить традиционными видами деятельности, которые из года в год фигурируют в числе официальных приоритетов и куда направлен поток государственных финансовых средств. Можно понять, что для страны, которую пытались завоевать и разрушить в течение двух тысяч лет, сохранение исторических зданий и развитие историко-культурного наследия (это первая и, по-видимому, приоритетная строка в финансировании целевой программы) имеет волнующее значение и служит для поддержания национальной идентичности и престижа в неопределенное и быстро меняющееся время (Bennett, 1995). Но могут ли музеи и памятники истории сами по себе упрочить чувство государственности, содействовать укреплению социального единства и превращению культуры в ресурс? Совсем не очевидно, что если республика будет сохранять и преумножать наследие, то культурный туризм вдруг начнет стремительно развиваться. Существующие в Карелии памятники культуры и истории уже считаются объектами мирового класса, но тормозит их развитие в туристическом аспекте не отсутствие музеев или состояние их коллекций и экспозиций. Чтобы отвечать потребностям как иностранных, так и российских туристов нужно всего-то соблюдать такие необходимые условия, как: более доступная информация, презентация, интерпретация, маркетинг и инфраструктура, бытовой сервис, самобытные и со вкусом сделанные сувениры. Если есть желание использовать потенциал дикой природы и особые виды спорта, возможные там, то необходимо разрабатывать условия для индивидуального туризма. При этом необходимо продумать доступные всем специальные предложения по оборудованию (например, прокат яхт и каноэ на озере Онега или Ладога, всевозможных рыболовных снастей) возможность найма надежных проводников, наличие удобных кемпингов и мест для индивидуальных

стоянок, подробных туристических карт местности, прокат коттеджей и автомобилей и так далее.

Все эти изменения могут быть осуществлены только с помощью творческих предприятий, но это вряд ли они разовьются без специально созданной для них экономической атмосферы, без коренного изменения государственной поддержки и стратегии отдельно от наследия и традиционных искусств и без движения к более широкому, более содержательному понятию культуры, культурных и творческих индустрий.

Примечание.

Все русскоязычные документы и статьи, которые мне пришлось использовать в своем исследовании, были переведены на английский мною самостоятельно при помощи Оксаны Федотовой, которой я приношу благодарность.

References

Belfiore, E. (2004) 'Auditing Culture: The Subsidised Sector in the New Public Management' *International Journal of Cultural Policy* Vol. 10 no.2 pp 183-202.

Белова Е., и др. (электронная информационная система), 2002 г. «Поддержка предпринимательства и творчества в Санкт-Петербурге», Программа Тасис, ЕС.

Bennett, O. (1995) 'Collapsing Rationales and the End of a Tradition' *International Journal of Cultural Policy* Vol.1, no2 pp199-216

DCMS (Department of Culture, Media and Sport, UK Government) (1999) 'Policy Action Team 10: a Report to the Social Exclusion Unit on Arts and Sport.' London.

DCMS (2004) 'Culture at the Heart of Regeneration' London.

Garnham, N. (2005) From Cultural to Creative Industries, *International Journal of Cultural Policy* Vol.11 no.1 pp15-29

Glinkova, S (1999) 'Russia's Underground Economy during the Transition' in Feige, E. L. and Ott, K. *Underground Economies in Transition*. Ashgate, Aldershot.

Исмаилова Н., (2005 г.) «Культурный жест в промышленной среде». Журнал «60 параллель» №4 (19) стр. 40-42.

Колотурский А., (2004 г.) «Правила игры». Журнал «60 параллель» №4 (15) стр. 40-44.

Looseley, D. L. (2003) 'Back to the Future: rethinking French Cultural Policy 1997-2002'

International Journal of Cultural Policy, Vol 9 no 2 pp 227-234

Мильков Д., (2004 г.) «Творческие индустрии или культура в стиле funk». Журнал «60 параллель» №4 (15) стр. 20-24.

Moss, LM, (2005) 'Encouraging Small Cultural Enterprises in Russia: Gateways and Barriers in Russian Society' *International Journal of Enterprise and Innovation* Vol. 6 no 3, pp 193-200

O'Connor, J, (2005) 'Creative Exports: Taking Cultural Industries to St Petersburg' *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, no1 pp 45-60

Pilkington, H, (2002) 'Looking West? Cultural Globalisation and Russian Youth Cultures,' (University of Pennsylvania).

Сквозников В. и Азерникова Н., (2001 г.) «Проблемы оценки теневой экономики», Вопросы статистики, 2001 г. №12.

Urry, J, (2002) 'The Tourist Gaze '(Sage, London)

Smith, Chris, (2001) Creative Industries Mapping Document, Her Majesty's Stationary Office p.5

Сологуб Е., (2005 г.) «Карельские каникулы: проект музейно-информационной сети». Журнал «60 параллель» №1 (16) стр. 32-41.

Якутова М., (2004 г.) «Реструктуризация в сфере культуры. Взгляд юриста». Журнал «60 параллель» №4 (15) стр. 34-40.

[1] Речь идет о проекте «Карельские каникулы». - прим. от редакции.

[i] Прим. редакции

[11] Какие организации имеются в виду?

[к2] Сама не знаю L

[к3] Не знаю какое еще слово здесь употребить. Смысл в том, что например культура не ассоциируется в русском языке с производством...