



М. Б. Гнедовский

Культурные стратегии

Курс лекций

МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ
ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И
ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК



Московская высшая школа социальных и экономических наук

М. Б. Гнедовский

Культурные стратегии

Курс лекций

московская высшая
школа социальных и
экономических наук



Москва
2025

УДК 304.4
ББК 71.41
Г56

Г56

Гнедовский М. Б.
Культурные стратегии : курс лекций / Михаил Борисович Гнедов-
ский — М. : ОАНО МВШСЭН, 2025. — 152 с.
ISBN 978-5-6053489-6-2

УДК 304.4
ББК 71.41

ISBN 978-5-6053489-6-2

© ОАНО «МВШСЭН», оформление, 2025
© Гнедовский М. Б., текст, 2025

Содержание

Предисловие	7
Лекция 1	12
<i>Вводные терминологические замечания — Стратегия или политика — Что мы называем культурой — Трудные вопросы теории культуры — Когда и где возникает культурная политика — Зачем изучать культурную политику — Три значения термина «культурная политика»</i>	
Лекция 2	21
<i>Культурная политика как целенаправленные масштабные системные изменения — Базовые вопросы культурной политики — Государство как субъект культурной политики — Независимые субъекты культурной политики — Цели культурной политики — Культурная политика социального государства — Типы государственной культурной политики — Внешняя культурная политика</i>	
Лекция 3	33
<i>Масштаб и «уровни» культурной политики — Ресурсы и полномочия субъектов культурной политики — Культурная политика межправительственных организаций — Культурная политика международных неправительственных организаций — Национальная культурная политика — Культурная политика городов или регионов — Независимые субъекты культурной политики — С чем не надо путать культурную политику</i>	

Лекция 4

46

Исторические типы культурной политики — Унитарная модель культурной политики — Культура как универсальные ценности — Культурная политика национального государства — Национальное культурное достояние — Традиционные культурные институты — Воображаемые сообщества — Выдуманные традиции — Исторические границы унитарной модели — Случай Андре Мальро — Универсальные ценности: всемирное наследие

Лекция 5

58

Исторические типы культурной политики — От унитарной к плюралистической модели культурной политики — Поворотная точка: Париж'68 — Поворотная точка в Америке: Вудсток'69 — Культура как мозаика групповых ценностей — Почему это случилось — Демократизация культуры или культурная демократия — Взаимодействие и диалог культур — Трансформация культурных институтов — Динамика реформ — Постскрипtum

Лекция 6

71

Исторические типы культурной политики — Инструментальная модель культурной политики — Экономическая глобализация и деиндустриализация Европы — Традиционная риторика: культура как «общественное благо» — Новая риторика: культура как «катализатор» развития — Конкурентоспособность городов и регионов — Культура как инструмент маркетинга территории — Культура как инструмент социальной политики — Дистанцирование культуры от государства — Многоканальное финансирование — От администрирования к менеджменту — Новая профессия — Двойственная миссия менеджеров культуры

Лекция 7

83

Исторические типы культурной политики — Инновационная (креативная) модель культурной политики — Пришествие постиндустриальной эры — Четыре промышленных революции — Новая экономика и роль креативности — Креативность: краткая библиография — Креативность и культура — Креативные индустрии — Структура отрасли — Креативная экосистема — Международное признание

Лекция 8**98**

Культурная политика городов — Культурные кварталы исторической структуре городов — Примеры исторически сложившихся культурных кварталов — Событийные программы и городская «культурная география» — Новая генерация: «творческие кварталы» — Стратегический профиль креативного кластера — Культурный квартал как инструмент городского планирования

Лекция 9**112**

Культурная политика городов (продолжение) — «Мгновенный город» — Программа «Культурная столица Европы» — Городские культурные стратегии — Социальная стратегия — Стратегия городского брендинга — Стратегия ревитализации депрессивных районов — Стратегия развития креативных индустрий — Условия реализации городских стратегий

Лекция 10**125**

Культурная политика в Российской Федерации: исторический очерк — Советская культурная политика — Культурная политика периода перестройки — Культурная политика в новой России — Преодоление ведомственного подхода — Внедрение принципов менеджмента — Программа «Культурная столица Поволжья» — Региональные стратегии — Культура и экономика: стратегические вызовы — Новая экономика — Креативные кластеры

Документы, литература и источники**145**

Предисловие

Я начал читать курс «Культурные стратегии» в Московской высшей школе социальных и экономических наук (Шанинке) в 2016 году. Вначале это был курс для бакалавров, и читался он по-английски. В 2021 году я стал читать этот курс также и для магистров, и они попросили, чтобы на занятиях мы говорили по-русски. Одновременно изменилась политика Шанинки, и никто больше не требовал, чтобы курс читался по-английски, так что я стал читать его по-русски также и для бакалавров. Но некоторые рудименты англоязычного курса сохранились. В частности, в списке литературы по-прежнему много англоязычных названий (далеко не все важные книги в этой области выходили в русском переводе), а в лекциях эпизодически встречаются терминологические комментарии — особенно в тех случаях, когда разница в русских и английских терминах неочевидна или может привести к ошибочному пониманию.

Курс рассчитан на 28 академических часов, то есть четырнадцать пар или семь сдвоенных пар. Одна лекция соответствует одной паре, так что за вычетом десяти лекций остается четыре пары для семинарских занятий, о которых скажу чуть позже. Для каждой лекции я готовил подробные презентации, которые пересматривал и переделывал, когда приходило время читать курс снова. Собственно, наличие этих презентаций и подтолкнуло меня к мысли записать и издать этот курс, который, по моему ощущению, вполне сложился и обрел внутреннюю логику. Оставалось только развернуть презентации в текст и... Но не тут-то было. Впору было вспомнить Маршалла Маклюэна: *Medium is the message*. У презентаций своя логика, а у текста — своя, и одно не сразу конвертируется в другое (не говоря уже о том, что важную роль в презентациях играют картинки). Порой один слайд разворачивается в несколько страниц текста, а в другой раз — схлопывается до одной строчки. Или вообще исчезает. Короче говоря, во время этой работы пришлось заново выстраивать всю композицию, придумывать новые примеры, чем-то жертвовать, что-то

додумывать, открывая для себя новые грани, казалось бы, давно проговоренного и систематизированного материала.

Первые три лекции посвящены структурным вопросам культурных стратегий. В них я ввожу основные категории, которые будут положены в основу дальнейшего анализа: субъекты, агенты, цели, средства, инструменты, ресурсы, уровни, масштаб и т. д.; разбираю — в теории и на примерах — различные констелляции этих элементов; объясняю разницу между культурной стратегией и культурной политикой. Здесь также появляется структурная типология государственной культурной политики, которая в дальнейшем используется как полезный аналитический инструмент.

В следующем блоке из четырех лекций выстроенная таким образом понятийная конструкция помещается в исторический контекст. Здесь я рассматриваю четыре модели культурной политики, последовательно возникающие в Европе в период после Второй мировой войны. Попутно обсуждаются некоторые важные концепты, на которые опирается анализ, такие как национальное государство, роль средств коммуникации в культурном развитии, появление профессии менеджера культуры, трансформация культурных институтов, постиндустриальное развитие, особенности креативной экономики и т. д.

Еще две лекции посвящены культурным стратегиям городов. В первой из них я рассматриваю вопросы контролируемого пространственного роста и развития городов, в частности, обсуждаю, какую роль в городах играют культурные институты и рекреационные зоны, как образуются исторические «культурные кварталы» и каким образом «культурный квартал» становится проектной градостроительной единицей и инструментом городского развития. Далее я прослеживаю обстоятельства появления современных «креативных кластеров» и предлагаю инструмент для анализа стратегий их развития. Вторая лекция в этом блоке посвящена истории двух программ городского развития — «Культурная столица Европы» и «Культурная столица Поволжья», — а также анализу четырех наиболее распространенных стратегий городского развития, использующих ресурсы культуры.

Наконец, десятая лекция целиком посвящена анализу отечественной культурной политики в период наиболее ин-

тенсивной трансформации социально-экономического уклада, то есть при переходе от позднесоветской культурной политики 1980-х годов к политике эпохи перестройки и далее — к формированию культурной политики новой России, — вплоть до 2014 года, когда был принят документ «Основы государственной культурной политики Российской Федерации», определивший главные векторы дальнейшего развития этой сферы. В этой лекции на конкретном материале применяются аналитические инструменты и понятия, которые разрабатывались на протяжении всего курса.

Обычно я призываю студентов прерывать меня, если у них есть вопросы или короткие реплики, и поэтому по ходу лекций часто возникает дискуссия. Но есть и специальное время для семинарских занятий. Первое такое занятие проходит после третьей лекции. Я заранее прошу студентов посмотреть материалы базового интернет-ресурса по культурной политике [*Compendium of Cultural Policies and Trends*], выбрать одну страну и рассказать об особенностях проводимой там культурной политики. Еще три семинарских пары планируются ближе к концу курса и посвящены обсуждению заключительных эссе.

Дискуссию — как во время лекций, так и на семинарах — можно также строить вокруг вопросов, которые приводятся после каждой лекции. В большинстве своем, это не те вопросы, которые предполагают наличие однозначных «правильных» ответов; скорее, они нужны, чтобы стимулировать размышления.

Заключительное эссе объемом около 2000 слов является главной формой контроля усвоения курса и аттестации студентов. Студенты сами выбирают тему, но должны согласовать формулировку с преподавателем. Темой эссе может быть культурная политика государства в стране по выбору. Приветствуется сужение темы до конкретного сектора или конкретной проблемы — особенно, если это позволит раскрыть какие-то особенности культуры и культурной политики, характерные именно для данной страны. Темой эссе может стать также: культурная политика международной организации (или ее отдельный аспект); культурная политика города или региона; культурная политика, проводимая независимым субъектом, например, политика благотворительного фонда, работающего в сфере культуры; а также — исторические примеры культурной политики. В любом

случае, нужно найти и проанализировать некоторый материал — как пример формирования и осуществления культурной политики.

Студентам предлагается своего рода чек-лист — список вопросов, которые нужно себе задать в ходе планирования и подготовки эссе:

- Чья это политика? Кто является ее субъектом? Кто ставит цели и намечает траекторию движения к этим целям?
- Где проводится данная политика? Каков ее масштаб? Проводится ли она в рамках страны, региона, города или в нескольких странах? Имеет ли она территориальные границы или направлена на деятельность сообщества, не привязанного к конкретной территории?
- В каком секторе (в какой области) культуры проводится данная политика? Касается ли она визуальных искусств, исполнительских искусств, креативных индустрий, культурного наследия и т. д.?
- Какие цели преследует данная политика? На решение каких проблем она направлена? Чего хотят добиться ее авторы? Что они хотят изменить?
- Какими средствами, с помощью каких инструментов проводится данная политика? Используются ли в ходе ее реализации финансовые, юридические (законодательные), образовательные или какие-то иные инструменты?
- Каковы временные рамки данной политики? Когда началось ее осуществление? И когда оно закончилось? Можно ли в осуществлении политики выделить какие-то стадии?
- Известны ли уже результаты или эффекты данной политики? Поддаются ли они измерению? Можем ли мы говорить об успешности или неуспешности политики или оценивать ее эффективность, опираясь на количественные или качественные показатели?

С этими вопросами во многом перекликаются и содержательные критерии оценки эссе. Первое и главное требование заключается в том, что предметом эссе должна быть именно культурная политика (а не, как это порой бывает, культурный менеджмент, описание культурного ландшафта, модные художественные течения или законодательство в сфере культуры).

Кроме того, от автора эссе требуется: ясное понимание того, кто является субъектом выбранной для анализа культурной политики; понимание целей, средств, инструментов, ресурсов и т. д. этой политики; понимание масштаба (национальный, региональный и т. д.) и временных рамок политики, оценка успешности (неуспешности) политики (если об этом уже можно судить) и понимание значения перемен, на достижение которых направлена данная политика.

Помимо этого, приветствуется исследовательский энтузиазм, который может, например, выражаться в том, что автор нашел ранее неизвестные документы или связал ранее не связанные факты. Также к достоинствам эссе может относиться умение найти драму (которая стоит за всяким эпизодом в области культурной политики) и увлекательно ее изложить.

Михаил Гнедовский
Ноябрь 2024 года
Москва

Лекция 1

Вводные терминологические замечания — Стратегия или политика — Что мы называем культурой — Трудные вопросы теории культуры — Когда и где возникает культурная политика — Зачем изучать культурную политику — Три значения термина «культурная политика»

В первой лекции мы разберем базовые понятия курса — «стратегия», «политика» и «культура», — а также обсудим некоторые дилеммы или парадоксы, связанные с понятием «культура», попробуем выяснить, в каких ситуациях возникает и осуществляется культурная политика, зададимся вопросом, зачем изучать культурную политику, и рассмотрим три различных значения термина «культурная политика».

Стратегия или политика?

В этом курсе речь пойдет о культурной политике — в том смысле, в котором это понятие употребляется в международной, главным образом англоязычной литературе. В английском языке есть два разных слова — *politics* и *policy* — и, хотя значение их различно, оба переводятся на русский язык словом «политика». Между тем, *politics* касается вопросов распределения власти и управления государством, в то время как *policy* — это принципы, определяющие действия тех или иных субъектов в конкретной области. Термин «политика» в смысле *policy* обычно можно заменить термином «стратегия». Например, часто говорят о сельскохозяйственной политике, образовательной политике или политике здравоохранения, имея в виду стратегии развития данных областей деятельности. В этом же смысле употребляется и термин «культурная политика» (*cultural policy*), причем в английском языке (в отличие от русского) этот термин допускает множественное число (*policies*). Соответственно, по-русски можно говорить о «культурных стратегиях» (во мно-

жественном числе) или о различных вариантах культурной политики (в единственном числе).

Термин «стратегия» может относиться к системам деятельности разного масштаба. Так, иногда говорят об индивидуальных — профессиональных или жизненных — стратегиях, то есть о том, руководствуясь какими принципами человек строит свою карьеру или вообще свою жизнь. Можно также услышать о стратегиях корпораций или организаций, например, о стратегиях развития музея, театра, фестиваля, издательства и т. д. Однако политикой (в смысле *policy*) обычно называют масштабные стратегии, направленные на системное изменение целой области деятельности, в данном случае — сферы культуры или отдельных ее секторов. Так, речь может идти, например, о политике в области исполнительских искусств или в области наследия.

Что мы называем культурой?

Понимание культурной политики (или культурных стратегий) зависит также и от того, как мы понимаем культуру. В современной науке существует множество определений культуры. Некоторые из них подчеркивают роль материальных объектов, создаваемых и используемых в том или ином обществе, другие, наоборот, фокусируются на процессах и культурных практиках, третьи на символической природе культурных текстов и т. д.

Кроме того, есть узкие определения, которые сводят культуру, например, только к сфере искусства, и широкие, включающие в сферу культуры также верования, мировоззрение, этические и эстетические нормы, рассказы, ритуалы, язык, средства коммуникации и т. д., то есть, фактически, ставящие знак равенства между культурой и образом жизни того или иного общества¹.

¹ Например, в соответствии с декларацией Всемирной конференции по культурной политике ЮНЕСКО, проходившей в Мехико в 1982 году, культура определяется как «совокупность отличительных духовных, материальных, интеллектуальных и эмоциональных особенностей общества или социальной группы. Она включает не только искусство и литературу,

Как узкие, так и широкие определения культуры рассматривают ее как механизм формирования идентичности: считается, что, до известной степени, люди формируются культурой — будь то культура определенной эпохи, страны или сообщества.

Трудные вопросы теории культуры

Говоря о культуре как о той области, где осуществляется та или иная политика или стратегия, следует обратить внимание на ряд принципиальных вопросов, с которыми сталкивается теория культуры. Эти вопросы иногда формулируются в форме дилемм или парадоксов.

Один из таких вопросов касается соотношения культуры и экономики. Марксистская традиция предполагает, что экономика — это «базис», а культура — «надстройка», то есть экономические изменения первичны и ведут за собой культурные перемены. Однако в конце XX столетия этот тезис был подвергнут сомнению. Действительно ли культура во всем зависит от экономики? Является ли она лишь роскошью, необязательным «украшением жизни»? Или культура может стать двигателем экономического и общественного развития?

Другой вопрос, не менее важный с точки зрения реализации масштабных культурных стратегий, заключается в том, является ли культура «благословением» или «проклятием». Иначе говоря, служит ли она стимулом развития или, наоборот, тормозит прогресс? В самом деле, озарения, свойственные представителям творческих профессий, часто становятся источником инноваций, которые изменяют мир. Но, с другой стороны, в истории есть немало примеров, когда сложившийся образ жизни (то есть как раз культура) выступал в качестве консервирующего фактора и препятствовал осуществлению прогрессивных перемен. У каждой эпохи

но и образ жизни, основные права человека, системы ценностей, традиции и убеждения» [Mexico City Declaration on Cultural Policies, 1982].

были свои луддиты², и сегодня в этой роли выступают, например, голливудские сценаристы, борющиеся с внедрением искусственного интеллекта в их профессиональную сферу³.

В этом плане принципиальным является происходивший в 1990-е годы спор двух американских философов — Сэмюэла Хантингтона и Френсиса Фукуямы, спровоцированный окончанием «холодной войны». Оба признавали важную роль культуры в современных политических процессах, но видели эту роль по-разному⁴. По версии Хантингтона, мир делится на несколько цивилизационных зон, обреченных, в силу своих культурных особенностей, конфликтовать друг с другом⁵. В то же время Фукуяма, который является учеником, но также и оппонентом Хантингтона, сформулировал известный тезис о «конце истории» [Фукуяма, 2007]. По его мнению, налицо конвергенция, которая должна в конечном счете привести к исчезновению «биполярного» мира и победе общественного строя, основанного на ценностях либеральной демократии.

С этим также связан вопрос, преобладает ли в культуре наследие и традиция или эксперимент и инновация. Иначе говоря, что здесь важнее: консервативная или творческая составляющая, надежная повторяемость или поиски нового, норма или отклонения от нормы? Здесь будет уместна аналогия из области биологии. В самом деле, механизм, лежащий в основе куль-

² Луддиты (англ. luddites) боролись против внедрения машинного производства в ходе Промышленной революции в Англии в первой четверти XIX века.

³ Забастовка Гильдии сценаристов США (WGA), происходившая в связи с трудовым конфликтом с Альянсом продюсеров кино и телевидения (АМРТР), продолжалась почти пять месяцев — с мая по сентябрь 2023 года.

⁴ См., например, сборник статей, где есть материалы как Хантингтона, так и Фукуямы: [Harrison, Huntington, 2000].

⁵ Эта концепция, продолжающая традицию цивилизационного анализа А. Тойнби [Тойнби, 2001], подробно изложена в книге, впервые опубликованной в 1996 году. См.: [Хантингтон, 2003].

туры, весьма напоминает базовый принцип генетики, а именно сочетание наследственности и изменчивости. Парадоксальное соединение надежной воспроизводимости и неожиданных отклонений, генетического кода и непредсказуемых, случайных мутаций обеспечивает устойчивость в процессе эволюции биологических видов. По существу, такой же механизм работает и в культуре, где всегда наличествует определенный баланс традиции и творчества, наследия и дерзких экспериментов⁶.

Важным с точки зрения обсуждения культурных стратегий является также вопрос, существует ли одна, единая культура или мы имеем дело со множеством разных культур. И если культур много, то как они взаимодействуют друг с другом или влияют друг на друга, существует ли среди них какая-то иерархия, и как быть с «гибридной» культурной идентичностью, формирующейся на перекрестье различных культур?

Вот лишь некоторые принципиальные вопросы, возникающие в процессе анализа культуры. Некоторые авторы описывают их как «дилеммы», а культурную политику — как попытку пройти «между Сциллой и Харибдой», то есть найти в поле культуры определенное равновесие или баланс разнонаправленных трендов [Matarasso, Landry, 1999].

Когда и где возникает культурная политика?

Культурная политика существует не всюду и не всегда. Органическое развитие культуры не предполагает наличия культурной политики. Не нужна культурная политика и в традиционном обществе. Если изменения в поле культуры происходят естественным образом, под воздействием среды или под давлением обстоятельств, нет нужды говорить о культурной политике.

Политика возникает в том случае, если мы столкнулись с проблемой, недовольны привычным ходом вещей и сознательно хотим что-то изменить. Политика — это проявление чьей-то

⁶ Ср.: «Культурное разнообразие так же важно для человечества, как биоразнообразие — для природы» [Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии, 2001].

воли, она направлена на борьбу с рутинной, целенаправленное изменение сложившейся ситуации. Поэтому политика всегда имеет цели, а также план и средства достижения этих целей. В отличие от процессов естественного развития, политика — это стратегия искусственного воздействия на какую-то область, в данном случае — на культуру.

С этой точки зрения, можно ли говорить о консервативной культурной политике? Да, это возможно. Такая политика осуществляется в том случае, если целью является не просто сохранение *status quo*, но и активное противодействие происходящим в культуре естественным переменам.

А вот творческие нововведения, предлагаемые художниками, писателями, музыкантами и иными творческими профессионалами, даже если они приводят к появлению новых течений или трендов в той или иной художественной области, сами по себе не являются проявлением политики. Скорее, они относятся к естественным изменениям, происходящим в сфере культуры. Следует различать «творческие стратегии», которые вырабатывает для себя отдельно взятый художник, и «культурные стратегии», относящиеся к масштабным изменениям всей сферы деятельности.

Впрочем, бывают случаи, когда новации в области художественной формы объявляются инструментами, воздействующими на другие области жизни. Для декларации таких намерений обычно используются художественные манифесты. Примером может служить «Манифест футуризма» Маринетти⁷. В этом и других подобных случаях инициатива творческих профессионалов граничит со сферой культурной политики.

Есть и еще один случай: творческий профессионал может сменить амплу и заняться культурной политикой. Например, известный писатель Анри Мальро стал в 1959 году первым министром культуры Французской Республики и оставался на этом посту до 1969 года. Другой пример — Мелина Меркури, греческая актриса и певица, которая была министром культуры

⁷ «Обоснование и манифест футуризма» Филиппо Томмазо Маринетти — документ, опубликованный в 1909 году в нескольких европейских газетах.

Греции в 1981–1989 гг., а также выступила в качестве инициатора учрежденной в 1986 году программы «Европейская культурная столица». Однако в обоих случаях речь идет, скорее, о смене рода деятельности (или амплуа), чем о политическом вкладе Мальро как писателя или Мелины Меркури как актрисы.

Три значения термина «культурная политика»

Термин «культурная политика» может употребляться трех разных значениях.

Во-первых, это политика, проводимая внутри сферы культуры и направленная на решение внутренних проблем культурной деятельности. Например, если, на наш взгляд, в репертуаре театров не хватает спектаклей на современные темы, можно проводить политику, направленную на стимулирование творчества современных драматургов и поддержку постановок, основанных на их произведениях.

Во-вторых, это может быть политика, использующая культуру как средство достижения целей или решения проблем, которые находятся за пределами сферы культуры. Такую политику часто называют «инструментальной», поскольку культура является в этом контексте не самоцелью, а инструментом. Например, можно организовать в музеях работу с мигрантами, конечной целью которой будет их социализация.

В-третьих, речь может идти о политике, проводимой в иных сферах, но так или иначе влияющей на сферу культуры, вызывающей в ней перемены. Строго говоря, культурной политикой в данном случае можно назвать реакцию культурной сферы на возникающее давление извне. Например, политика в области здравоохранения, проводившаяся в 2020–2021 годах во многих странах в связи с пандемией COVID-19, привела к резкому сокращению посещаемости музеев, театров, концертных площадок и т.д., и это потребовало радикального пересмотра стратегий в области культуры — как на государственном уровне, так и на уровне отдельных организаций.

Зачем изучать культурную политику

Если вы готовите себя к деятельности в роли менеджера культуры, у вас есть как минимум три причины изучать культурную политику.

Прежде всего, как менеджер культуры, вы будете всегда находиться в поле, испытывающем различные политические влияния, на перекрестье различных политических трендов. Их конфигурацию можно представить как своего рода «розу ветров». Понимание, из чего складываются эти влияния, откуда они исходят, чем обусловлены и на что направлены, позволит вам лучше ориентироваться в своем профессиональном поле и уверенно прокладывать путь, решая те или иные задачи. Такая навигация позволит вам либо «ловить попутный ветер», встраиваясь в ту или иную конъюнктуру, либо совершать более сложные маневры, двигаясь в нужном вам направлении.

Впрочем, не исключено, что ваша карьера сложится таким образом, что вы окажетесь в позиции лица, принимающего политические решения — например, займете должность министра культуры регионального или федерального уровня или руководителя крупного благотворительного фонда, ведущего работу в сфере культуры. В этом случае формулирование и проведение культурной политики станет вашей прямой задачей.

Наконец, вы можете стать экспертом, то есть профессионалом, который делает работу, предвещающую принятие той или иной политики. В современном мире политика не возникает на пустом месте. Ее принятию обычно предшествует экспертная оценка ситуации, аналитическая и исследовательская работа, результатом которой становятся выводы и предложения — на их базе затем и принимаются политические решения.

Но даже если вы не станете менеджером культуры, знание основ культурной политики может оказаться полезным во многих других областях, ведь культура — наряду с экономикой, экологией и социальной сферой, — рассматривается сегодня как один из «столпов» устойчивого развития [Hawkes, 2001].

Вопросы

1. Как вы переведете с английского словосочетание *cultural policies*?
2. Существует ли культурная политика в традиционном обществе?
3. Как вы опишете сочетание в культуре консервативных механизмов, обеспечивающих воспроизводство традиции, и инновационных механизмов, поддерживающих творческое начало?
4. Приведите несколько примеров, иллюстрирующих три значения термина «культурная политика».
5. Зачем, на ваш взгляд, надо изучать культурную политику?

Лекция 2

Культурная политика как целенаправленные масштабные системные изменения — Базовые вопросы культурной политики — Государство как субъект культурной политики — Независимые субъекты культурной политики — Цели культурной политики — Культурная политика социального государства — Типы государственной культурной политики — Внешняя культурная политика

Суммируя содержание предыдущей лекции, можно определить культурную политику как деятельность, целью которой являются масштабные системные изменения в сфере культуры или масштабные системные изменения в других сферах, которые предполагается достичь средствами культуры (или, как вымышленный случай, масштабные системные изменения в сфере культуры, спровоцированные политикой, проводившейся в других сферах). Ключевыми во всех трех случаях являются слова «масштабный» и «системный». Именно это отличает культурную политику от стратегий, которые осуществляются на уровне отдельных организаций культуры или на индивидуальном уровне. В этой лекции мы обсудим основные структурные элементы культурной политики.

Базовые вопросы

Есть ряд базовых вопросов, которые необходимо задавать в ходе анализа или формирования любой культурной политики. Вот эти вопросы.

- Когда и где проводилась (проводится) культурная политика? Иначе говоря, как определяются ее временные и пространственные рамки и ее масштаб?
- Для чего, с какой целью проводилась (проводится) культурная политика? На какие изменения она (была) направлена?

- Как, каким образом она осуществлялась (осуществляется)? Иначе говоря, каковы (были) инструменты и ресурсы культурной политики?
- Была ли успешной эта политика?
- **И, наконец, чья это (была) политика? Кто является (являлся) ее субъектом?**

Как видим, все эти вопросы можно задавать как по отношению к сегодняшней, актуальной политике, так и к политике, которая проводилась в прошлом. Лишь вопрос об успешности-неуспешности касается исключительно исторических случаев. Пока культурная политика продолжается, является актуальной, неясно, какие она в конечном счете принесет плоды.

Обсуждение структуры культурной политики мы начнем с последнего вопроса — того, что выделен жирным шрифтом.

Субъекты культурной политики

В англоязычной литературе применительно к культурной политике обычно используется слово *actor*, то есть тот, кто действует, кто проводит политику в жизнь. В русском языке тоже иногда используют кальку с английского и говорят «актор», хотя это слово в известном смысле занято и уже существует в переводе как «актер». Чаше можно встретить словосочетание «субъект культурной политики». Термин «субъект» несет в этом контексте дополнительную смысловую нагрузку, поскольку обозначает не только «субъекта действующего», но и «субъекта воспринимающего, мыслящего», то есть не только того, кто осуществляет политику, но также и того, кто ее задумал, кому принадлежит ее замысел.

Впрочем, иногда цели политики формулирует одна инстанция, а их реализацию осуществляет другая. Например, в Великобритании культурную политику формирует Департамент культуры, медиа и спорта (*Department for Culture, Media and Sport, DCMS*), а распределением финансовых средств в соответствии с этой политикой занимаются Советы по культуре¹.

¹ Советы по культуре (*Arts Councils*) действуют сегодня в Англии, Шотландии, Уэльсе и Северной Ирландии.

В таких случаях можно говорить, с одной стороны, о «субъекте» культурной политики, а с другой — об «агентах», которые проводят ее в жизнь.

Государство и другие субъекты культурной политики

Кто же является субъектом культурной политики или может выступать в этой роли? Долгое время ответ на этот вопрос был однозначным: при всей изменчивости и творческом разнообразии культуры, сколько-нибудь масштабную и последовательную политику в этой сфере может проводить только государство. В соответствии с представлениями о культурной политике, которые были разработаны в 1960-е годы ЮНЕСКО², и вплоть до 1990-х годов «культурная политика» была, фактически, синонимом «государственной культурной политики».

В дальнейшем мы еще остановимся на том, как эволюционировали представления ЮНЕСКО о культуре и культурной политике, а здесь достаточно будет сказать, что в 1990-е годы, с развитием культурно-политических исследований и обособлением их в отдельную академическую область, спектр потенциальных субъектов культурной политики существенно расширился³.

Во-первых, в качестве легитимных субъектов культурной политики стали рассматривать не только страны, но также отдельные города и регионы и даже органы местного самоуправления. То есть в них стали видеть не просто агентов, проводящих в жизнь культурную политику центральной власти, а самостоятельные инстанции. Это вовсе не означает, что политика городов

² ЮНЕСКО — Организация объединенных наций по вопросам образования, науки и культуры (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO). Всемирная межправительственная организация, основанная в 1945 году. В настоящее время включает 193 государства-члена [ЮНЕСКО].

³ Исследования культурной политики (англ.: cultural policy studies).

или регионов обязательно противоречит политике центрального правительства. Просто она может принимать в расчет местные обстоятельства и проблемы и, соответственно, выдвигать собственные приоритеты. Признание субъектности территорий, находящихся внутри отдельных стран, отвечает принципу субсидиарности, в соответствии с которым политические (в том числе и культурно-политические) решения должны приниматься на уровне, наиболее близком к населению.

Во-вторых, стала очевидной роль международных организаций в формировании культурно-политической повестки. К ним относятся межправительственные организации, такие как ЮНЕСКО или Совет Европы [Совет Европы], но также и организации, созданные путем непосредственных контактов между профессионалами того или иного сектора — так называемые международные сетевые сообщества. Например, в музейной области действуют: на глобальном уровне — ИКОМ⁴, а на европейском — такие организации, как Европейский музейный форум (*European Museum Forum*, EMF) [Европейский музейный форум] или Сеть европейских национальных музейных ассоциаций (*Network of European Museum Organisations*, NEMO) [Сеть европейских национальных музейных ассоциаций].

В-третьих, в качестве субъектов культурной политики стали фигурировать различные независимые негосударственные организации, среди которых можно выделить крупные корпорации, спонсирующие сферу культуры, благотворительные фонды, ведущие работу с культурными организациями и проектами, а также религиозные организации и политические партии — в той мере, в какой они заинтересованы в поддержке тех или иных масштабных изменений в культуре и способны влиять на эти изменения.

Что касается государства как субъекта культурной политики, то здесь тоже требуется уточнение. Бывает политика, проводимая на уровне министерства культуры; в этом случае

⁴ ИКОМ — Международный совет музеев (*International Council of Museums*, ICOM) был создан в 1946 году. Сегодня это всемирная организация, представляющая музеи и музейных профессионалов. ИКОМ насчитывает более 60 тысяч членов в 141 стране мира [ИКОМ].

она распространяется в основном на ту область, которая подведомственна министерству. Но бывает также культурная политика, проводимая под эгидой премьер-министра или президента (в некоторых странах это высшие должности в системе исполнительной власти); такая политика приобретает статус национальной политики и касается уже всех министерств и ведомств. Кроме того, самостоятельную культурную политику может проводить законодательная ветвь власти — парламент, где, как правило, существуют комитеты, ведающие вопросами культуры.

Независимые субъекты культурной политики

Субъекты культурной политики могут располагаться в независимом, то есть негосударственном секторе. Но всякая ли негосударственная организация — будь то бизнес или некоммерческая организация — способна проводить самостоятельную культурную политику? Корпорация или благотворительный фонд могут направлять финансовые средства на поддержку тех или иных культурных начинаний, но является ли это политикой? Чтобы такие действия стали политикой, они должны быть масштабными, целенаправленными и систематическими — только в этом случае можно рассчитывать на системный эффект — по крайней мере, в каком-то секторе культуры и на определенной территории.

Иначе говоря, не всякая независимая организация располагает достаточными компетенциями и, что немаловажно, ресурсами, чтобы проводить самостоятельную культурную политику. Тем не менее, такие организации существуют. Например, начиная с 2007 года Благотворительный фонд «Доброта Севера» проводит при поддержке компании «Северсталь» благотворительную программу «Музеи Русского Севера», целью которой является «содействие устойчивому развитию северных регионов через поддержку лучших проектных инициатив музеев, повышение профессионального мастерства музейных специалистов, исследование и популяризацию историко-культурного феномена Русского Севера» [Благотворительная программа «Музеи Русского Севера»].

Иногда возникает вопрос, может ли отдельный человек быть субъектом культурной политики. Первое, что приходит на ум, это очень богатые люди, которые ясно представляют себе, каких изменений они хотят добиться в сфере культуры. Да, такие люди существуют, но, как правило, они создают для этой цели именные благотворительные фонды, которые и являются инструментом реализации личных представлений об актуальных задачах сферы культуры. Примерами таких фондов в Российской Федерации могут служить Фонд Владимира Потанина, Фонд Михаила Прохорова, Фонд Елены и Геннадия Тимченко и целый ряд других фондов, ведущих систематическую работу в сфере культуры.

Но есть и примеры людей, которые, не обладая серьезными финансовыми ресурсами, могли бы претендовать на роль субъектов культурной политики. Такими фигурами были, вероятно, Лев Толстой или Махатма Ганди. Их влияние обеспечивалось не финансами, а совсем другим ресурсом — огромным авторитетом.

Цели культурной политики

Как уже было сказано, цели культурной политики могут находиться как внутри, так и вне сферы культуры. Например, мы можем ставить целью развитие в регионе музыкальной культуры и для этого создавать музыкальные школы. Но мы можем создавать музыкальные школы и с другой целью, например, чтобы занять трудных подростков. В таком случае мы стремимся решить не проблему культуры, а социальную проблему. Хотя и делаем это средствами культуры.

При этом важно понимать, что именно цели определяют индикаторы эффективности — или, говоря по-русски, показатели успешности — проводимой политики. Если мы открываем музыкальные школы с целью развития музыкальной культуры, показателем успешности этой деятельности будет рост числа музыкантов, посетителей концертных залов, распространение любительского музицирования и т.д. Но если мы преследуем социальные цели, индикаторы будут совсем другие — например, уменьшение числа малолетних правонарушителей.

Что это совсем не надуманный пример, демонстрирует всемирно известный проект *El Sistema*, или «Музыка для социальных перемен», реализованный в 1975 году в Венесуэле. Его автор, экономист и композитор Хозе Антонио Абреу считал, что музыка транслирует высокие ценности, такие как солидарность, гармония, сопереживание, а обучение классической музыке дает шанс приобщения к гуманитарным ценностям для детей из бедных семей. Он собирал детей из беднейших районов, организовывал их в оркестры и добивался значительного снижения показателей детской преступности и девиантного поведения среди подростков. Этот опыт впоследствии получил распространение во многих странах [Проект *El Sistema* Хозе Антонио Абреу].

Культурная политика социального государства

После Второй мировой войны в Европе, а затем и во всем мире приобретает популярность политическая модель, получившая название «государства всеобщего благосостояния» (англ. *welfare state*)⁵, которое сегодня чаще называют «социальным государством». В рамках этой модели культура рассматривается как «общественное благо». Считается, что приобщение к культуре благотворно влияет на духовное и моральное развитие общества, и потому государство должно обеспечить всем гражданам без исключения равный доступ к культуре — так же, как оно обеспечивает доступ, например, к образованию и здравоохранению.

При этом вопрос о том, какая это культура, не обсуждается. Государство само решает, что входит в состав «культурного минимума», который должен быть предоставлен гражданам. Речь обычно идет о «высокой культуре», которая является «национальным достоянием» и воплощает национальные ценности. Нередко такая политика сопровождается мерами, направленными

⁵ В литературе также можно встретить термин «государство всеобщего благоденствия».

ми на то, чтобы защитить граждан от разного рода «вредных» или «чуждых» культурных влияний. Для этого, в частности, используется цензура или государственное лицензирование — культурных продуктов и услуг или организаций, являющихся их поставщиками. Например, в начале 1960-х годов в Австралии «вредным» считалось влияние голливудских фильмов и рок-н-ролла [Craig, 2007]. Такую политику можно назвать патерналистской, поскольку в данном случае государство относится к своим гражданам скорее как к детям, требующим опеки и защиты, чем как к взрослым людям, способным самостоятельно совершать выбор культурной повестки.

На противопоставлении патерналистской политики, в рамках которой государство определяет культурную повестку для граждан, и либеральной политики, в рамках которой государство позволяет гражданам самостоятельно ориентироваться и совершать выбор в поле культуры, основана получившая широкое распространение типология государственной культурной политики.

Типы государственной культурной политики

Государство может занимать разные позиции по отношению к культуре: Посредник (*Facilitator*), Покровитель (*Patron*), Архитектор (*Architect*) и Инженер (*Engineer*). Эти четыре типа культурной политики располагаются на шкале, где государство-посредник является представителем наиболее либеральной политики, на противоположном полюсе находится государство-инженер, а два других типа — государство-покровитель и государство-архитектор — занимают промежуточные позиции⁶.

Государство-посредник никак не программирует культурную деятельность в стране и не контролирует ее содержание. Оно лишь создает благоприятные условия для частного финансирования культуры — в основном путем налоговых льгот. Иногда это описывают таким образом, что государство дает культуре «не рыбу, а удочку». В таком государстве част-

⁶ Эта типология впервые предложена в [Hillman-Chartrand, McCaughey, 1989].

ным предпринимателям и корпорациям выгодно спонсировать культурную деятельность, потому что это снижает их налоги. И хотя в государственном бюджете нет строки, предусматривающей финансирование культуры, можно считать, что вклад государства в поддержку сферы культуры равен сумме налогов, недополученных благодаря такому устройству налоговой системы.

Государство-покровитель в каком-то смысле продолжает аристократическую традицию патронажа художественных начинаний. Такое государство осуществляет поддержку профессионального искусства и культуры — в соответствии с доминирующими сегодня вкусами. При этом критериями поддержки служат мастерство и профессионализм (*excellence*). Но есть одна оговорка: хотя приоритеты политики формулирует государство, финансовые средства организациям и деятелям культуры выделяются по принципу «вытянутой руки» (*arms-length principle*), то есть конкретные решения о распределении финансирования принимает не чиновник, а коллегиальный орган, состоящий из профессионалов культурной сферы — своего рода агент культурной политики государства.

Государство-архитектор отличается еще большим вниманием к формированию культурной повестки. В этом случае правительство финансирует сферу культуры и направляет ее развитие. Культурная политика рассматривается здесь как часть социальной политики государства. В национальном бюджете есть строка «финансирование культуры», а в структуре правительства есть министерство культуры, которому подчиняются крупные культурные организации, задающие стандарты и образцы деятельности для организаций регионального звена. Государственные субсидии обеспечивают таким организациям относительную независимость от рыночных механизмов.

Государство-инженер представляет наименее либеральную (то есть наиболее авторитарную) модель культурной политики, предполагающую по возможности полный государственный контроль в сфере культуры. Культура в этом случае зачастую выступает как часть государственной идеологии и политической пропаганды, а ее единственным источником финансирования является государственный бюджет. В рамках такой модели творческие профессионалы являются государственными

служащими, основные средства культурного производства принадлежат государству, а все культурные продукты должны получать государственное одобрение.

Такова типология культурной политики, основанная на большей или меньшей вовлеченности государства в формирование национальной культурной повестки. В литературе ее описание часто сопровождается примерами конкретных государств. Скажем, в качестве примера государства-посредника выступает США, государства-архитектора — Франция и т.д. Однако за три с лишним десятилетия, прошедших со времени создания этой типологии, ситуация существенно изменилась. Страны смотрят друг на друга, экспериментируют с разными моделями, и если в недавнем прошлом существовали чистые типы, то сегодня в большинстве стран преобладает смешанная модель. Тем не менее, эта типология продолжает служить — теперь уже в качестве полезного инструмента для анализа культурной политики.

Внешняя культурная политика

В отличие от внутренней культурной политики, направленной на формирование определенного культурного уклада внутри страны, целью внешней культурной политики является создание имиджа страны и усиление ее влияния на международной арене.

В начале 2000-х годов утвердилось и приобрело популярность понятие «мягкой силы» (*soft power*)⁷. Это понятие рассматривает культуру как влиятельный фактор в международных отношениях — столь же влиятельный, как факторы «жесткой силы», то есть экономический и военный потенциал той или иной страны. «Мягкая сила» предполагает не принуждение, а добровольное участие, привлечение другой стороны с помощью языка и культуры. Благодаря этому культура становится инструментом или ресурсом внешней политики, проводником влияния страны в ее взаимоотношениях с другими странами.

⁷ Автором концепции «мягкой силы» считается американский политолог Джозеф Най [Nye, 2004].

Примером успешной политики «мягкой силы» может служить так называемая «Корейская волна», или «Халлю» — политика правительства Республики Корея, последовательно проводимая с конца 1990-х годов. Ее суть заключается в целенаправленном продвижении на международных рынках (сначала азиатских, а потом и глобальных) корейских культурных продуктов — фильмов, музыки, моды, косметики и т. д. Помимо того, что эти культурные индустрии сами по себе составляют заметную часть экспорта и приносят значительный доход, они также являются проводником корейского влияния, способствуют укреплению авторитета и инвестиционной привлекательности страны, развитию въездного туризма и популяризации других корейских продуктов, таких как мобильные телефоны, автомобили и т. д.

Во многих странах существуют специальные правительственные агентства, которые являются субъектами или проводниками внешней культурной политики. В Германии это Гете-институт, в Испании — Институт Сервантеса и т. д. В Российской Федерации эту роль выполняет Россотрудничество⁸.

Как и в случае внутренней культурной политики, в представлениях о внешней культурной политике сегодня подчеркивается не только роль государства, но и влияние различных субъектов, представляющих гражданское общество. Наряду с межгосударственными соглашениями о культурном сотрудничестве существуют и прямые контакты между организациями культуры и творческими профессионалами разных стран, включая гастроли, обмен выставками, перевод и публикацию литературных произведений, участие в международных конференциях и форумах и т. д. Такие контакты служат основой того, что часто именуется «культурной дипломатией».

⁸ Официальное название: Федеральное агентство по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество). Подчинено президенту Российской Федерации; подведомственно Министерству иностранных дел Российской Федерации; представлено в 80 странах мира 96 заграничными представительствами.

Вопросы

1. Бывает ли, что в культурной политике субъектность и агентность разделяются, то есть одна инстанция формулирует стратегию, а другая проводит ее в жизнь? Если да, приведите примеры.
2. Кто, кроме государства, может быть субъектом культурной политики?
3. Приведите пример культурной политики, ориентированной на социальные цели. Какими будут в этом случае показатели эффективности этой политики?
4. При каких условиях независимая организация может стать субъектом культурной политики?
5. Как в рамках концепции «социального государства» обосновывается необходимость государственной поддержки культуры?
6. Дайте сравнительное описание двух крайних случаев: наиболее либерального и наиболее авторитарного подходов государства к культуре.
7. Когда и в каком контексте возникло понятие «мягкой силы»?
8. Приведите примеры, иллюстрирующие следующие ситуации:
 - Достижение культурных целей экономическими средствами;
 - Достижение экономических целей средствами культуры;
 - Достижение культурных целей социальными средствами;
 - Достижение социальных целей средствами культуры;
 - Достижение культурных целей экологическими средствами;
 - Достижение экологических целей средствами культуры.

Лекция 3

Масштаб и «уровни» культурной политики — Ресурсы и полномочия субъектов культурной политики — Культурная политика межправительственных организаций — Культурная политика международных неправительственных организаций — Национальная культурная политика — Культурная политика городов или регионов — Независимые субъекты культурной политики — С чем не надо путать культурную политику

Политика или стратегия любого уровня — это выражение намерения двигаться к определенным целям, используя определенные средства. В зависимости от наличия ресурсов, это движение может быть более или менее интенсивным. Нередко стратегические документы сопровождаются набором сценариев, которые варьируют в зависимости от объема доступных ресурсов. Расстановка приоритетов позволяет концентрировать ресурсы, не расплывая их по разным направлениям. Реализация стратегии происходит путем разработки программ, проектов и планов, в которых, с учетом доступных ресурсов, уточняются количественные и пространственно-временные параметры движения к поставленным целям.

Масштаб и «уровни» культурной политики

Культурная политика может проводиться в разных масштабах. Очевидно, что есть международный масштаб, который может быть глобальным или, например, макрорегиональным, охватывающим ряд стран или целый континент. Есть национальный масштаб, в котором реализуется культурная политика отдельных государств. Далее есть масштаб региональный, за которым следуют городской и муниципальный масштабы. Это многообразие масштабов часто описывают как «уровни» культурной политики.

Нередко возникает вопрос, существует ли в этой системе иерархия. В самом деле, можно ли сказать, что какие-то из этих

уровней заведомо важнее или сильнее, чем другие? Например, если мы говорим о законодательстве, то национальные законы сильнее, чем региональные или городские в том смысле, что они обязательны для регионов и городов, то есть региональные или городские законы обязаны им следовать, но не наоборот.

Но в том-то и дело, что культурная политика — это не законодательство. Представление о том, что существует некая пирамида, в которой верхние уровни важнее, чем нижние, в культурной политике не работает. Если закон к чему-то обязывает, то политика — это в большей степени намерение, хотя и подкрепленное определенными ресурсами и полномочиями.

Ресурсы и полномочия субъектов культурной политики

Для конкретных творческих индивидов или организаций, действующих в сфере культуры, политика любого уровня — это не столько руководство к действию, сколько возможность встроиться в эту политику и получить поддержку. Например, российская региональная организация — будь то музей, театр или дом культуры — в дополнение к текущему финансированию из бюджета региона имеет возможность, с одной стороны, встроиться в какую-нибудь федеральную программу, а с другой — получить поддержку какой-то корпорации, грант благотворительного фонда или губернаторский грант. Это — дополнительные возможности, потенциальные ресурсы, то есть ни то, ни другое не является обязательным; и вместе с тем, одно не исключает другое.

Влияние той или иной культурной политики, ее способность что-то изменить определяется полномочиями, но также ресурсами, которые имеются в распоряжении ее субъекта. В разных странах профиль влияния субъектов разного уровня может быть различным и зависит, в частности, от системы налогообложения. Так, во Франции традиционно более влиятельной является культурная политика национального уровня. Несмотря на последовательно реализуемую идею децентрализации, ресурсы и полномочия парижского Министерства культуры все равно превосходят то, чем располагают для

осуществления самостоятельной политики французские регионы. Но в Германии регионы (земли) превосходят по своим полномочиям и ресурсам федеральный центр, и потому региональное звено культурной политики является здесь не в пример более влиятельным. А в Швейцарии, где ресурсы и полномочия сосредоточены в кантонах и городах, определяющей является культурная политика локального, местного уровня. Интересен и пример Канады, где три уровня управления — национальный, региональный и местный — не подчинены друг другу, и это закреплено в канадской конституции.

Культурная политика межправительственных организаций

Давайте зададимся вопросом, как формируется международная культурная политика и как она может быть связана с политикой других уровней — прежде всего с национальной.

Международная культурная политика формируется международными организациями и находит выражение в официальных культурно-политических документах, публикуемых этими организациями. Международные организации могут быть межправительственными или неправительственными. В первом случае они объединяют суверенные государства для урегулирования общих интересов в той или иной области — в том числе и в области культуры.

Примером всемирной межправительственной организации, в повестку которой входят вопросы культуры, может служить ЮНЕСКО. А принятая 2 ноября 2001 года Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии — яркий образец рамочного международного культурно-политического документа, в котором закрепляются ценности культурного разнообразия и межкультурного диалога¹.

¹ Декларация была принята на Генеральной конференции ЮНЕСКО, состоявшейся почти сразу после терактов 11 сентября в США. И хотя подготовка этого документа началась за год до этого, он стал символическим ответом международного со-

Всеобщая декларация о культурном разнообразии формулирует наиболее общие принципы политики культурного плюрализма, однако этот документ не имеет обязательной юридической силы для государств-членов ЮНЕСКО. Но в 2005 году был принят еще один документ, развивающий положения этой декларации, — Конвенция ЮНЕСКО об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения [Конвенция ЮНЕСКО об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения, 2005]. По существу, это международный договор, механизм действия которого предполагает подписание и ратификацию отдельными странами. Результатом ратификации становится принятие конвенции как основы национального законодательства в данной области. Ратификация конвенции и последующее закрепление ее положений в национальном законодательстве — действенный механизм реализации международной культурной политики — в данном случае политики ЮНЕСКО.

За почти восьмидесятилетнюю историю ЮНЕСКО были приняты не один десяток конвенций, определяющих, в соответствии с миссией организации, международную политику в области науки, образования и культуры. Вот лишь небольшая часть конвенций ЮНЕСКО, относящихся к сфере культуры:

- Конвенция об охране нематериального культурного наследия (2003 г.);
- Конвенция об охране подводного культурного наследия (2001 г.);
- Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия (1972 г.)
- Конвенция о мерах, направленных на запрещение и предупреждение незаконного ввоза, вывоза и передачи права собственности на культурные ценности (1970 г.);
- Конвенция о защите культурных ценностей в случае вооруженного конфликта (1954 г.);
- Всемирная Конвенция об авторском праве (1952 г., пересмотрена в 1971 г.).

общества на любые попытки утверждения культурного фундаментализма [Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии, 2001].

Помимо конвенций, требующих ратификации и активного внедрения тех или иных положений культурной политики в законодательную систему отдельных стран, ЮНЕСКО также принимает рекомендации. Это более мягкая форма продвижения принципов культурной политики, не предполагающая принятия странами-членами юридических обязательств. Приведем несколько примеров:

- Рекомендация об охране и популяризации музеев, коллекций, их разнообразия и их роли в обществе (2015 г.);
- Рекомендация об охране и сохранении движущихся изображений (1980 г.);
- Рекомендация об охране движимых культурных ценностей (1978 г.);
- Рекомендация о сохранении красоты и характера пейзажей и местностей (1962 г.);
- Рекомендация, касающаяся наиболее эффективных мер обеспечения общедоступности музеев (1960 г.);
- Рекомендация, определяющая принципы международной регламентации археологических раскопок (1956 г.).

Внимательное чтение, сравнение и анализ этих документов — деклараций, конвенций и рекомендаций — может многое сказать о развитии представлений о культуре, культурном наследии, о появлении в международной повестке новых вызовов и новых задач культурной политики во второй половине XX — начале XXI вв.

Наряду с глобальными межправительственными организациями, существуют региональные, например, Совет Европы [Совет Европы]. Эта организация также занимается вопросами культуры. Одним из ее базовых документов, принятых в 1955 году, стала Европейская культурная конвенция, подписанная сегодня 50 странами [Европейская культурная конвенция, 1954]. В 2005 году Советом Европы была принята Рамочная конвенция о значении культурного наследия для общества (Конвенция Фару), которую к настоящему времени ратифицировали 18 европейских стран [Рамочная конвенция о значении культурного наследия для общества, 2005]. Эта организация также регулярно публикует доклады, содержащие рекомендации в области

культурной политики². К числу культурно-политических инструментов, позволяющих выявлять и продвигать лучшие европейские практики в области музейного дела, можно отнести и Музейный приз Совета Европы, который вручается ежегодно, начиная с 1977 года [Музейный приз Совета Европы].

Культурная политика международных неправительственных организаций

Международные неправительственные организации (их часто также называют сетевыми организациями) возникают, минуя контакты с правительствами, в результате прямого общения участников культурного процесса разных стран. Нередко такие организации объединяют представителей того или иного профессионального цеха: работников музеев, театров, библиотек и т. д. Есть глобальные профессиональные сети, такие как Международный совет музеев (ИКОМ) или Международная федерация библиотечных ассоциаций и учреждений (ИФЛА) [Международная федерация библиотечных ассоциаций и учреждений], а также региональные, например, уже упоминавшиеся Сеть европейских музейных организаций (NEMO) или Европейский музейный форум (EMF). Все эти организации опираются на широкую международную сеть своих членов и обладают достаточным авторитетом, чтобы быть в своих областях заметными субъектами культурной политики.

Среди европейских неправительственных организаций, работающих в сфере культуры, можно выделить Европейскую сеть по вопросам культурной политики и менеджмента в культуре (ENCATC) [Европейская сеть по вопросам культурной политики и менеджмента в культуре]. Эта международная организация не только сама является влиятельным игроком на поле культурной политики, но также объединяет исследователей разных стран, занимающихся вопросами культурной политики. В частности, ENCATC издает Европейский журнал

² См., например: [Библиотеки и музеи Европы в эпоху перемен 2016].

по вопросам культурного менеджмента и культурной политики (*European Journal of Cultural Management and Policy*), который можно найти в открытом доступе на сайте организации [Европейский журнал по вопросам культурного менеджмента и культурной политики].

В отличие от межправительственных организаций, международные культурные сети не могут прямо влиять на законодательство отдельных стран в области культуры. Такой инструмент, как международная конвенция, для них недоступен. Тем не менее, они публикуют рекомендательные культурно-политические документы и ведут работу по продвижению тех или иных культурных стратегий доступными им средствами. В качестве примера можно привести документ «За пределами городов: культурная политика для сельских районов Европы» [За пределами городов, 2020], опубликованный консорциумом, включающим четыре влиятельные европейские неправительственные организации: *Culture Action Europe (CAE)* [Culture Action Europe], *International Network for Contemporary Performing Arts (IETM)* [International Network for Contemporary Performing Arts], *The European Network of Cultural Centres (ENCC)* [The European Network of Cultural Centres] и *Trans Europe Halles (TEH)* [Trans Europe Halles]. Как подчеркивается в этом документе, вместе они представляют более пяти тысяч европейских организаций и творческих профессионалов.

Ресурсом международных сетей, позволяющим им проводить культурную политику, является, таким образом, их охват, известность и авторитет в профессиональных кругах. Все это может быть конвертировано во влияние, в том числе — влияние на культурную политику национальных правительств³.

Национальная культурная политика

Систематическая работа по сравнительному изучению культурной политики на европейском континенте началась в 1998 году по инициативе Совета Европы и первоначально проводилась на базе Института ERICARTS [Институт ERICARTS].

³ Такое влияние часто обозначают английским термином *advocacy*.

Этот многолетний проект предполагал сбор и анализ обновляемой информации о культурной политике европейских стран. Со временем географические рамки проекта расширились, а в 2017 году он был передан специально созданной ассоциации со штаб-квартирой в Нидерландах. Сегодня проект существует в виде развивающегося интернет-портала *Compendium of Cultural Policies and Trends* [*Compendium of Cultural Policies and Trends*]. Если вы намереваетесь изучать культурную политику конкретной страны или сравнивать подходы в данной области, принятые в разных странах, этот портал будет для вас идеальной отправной точкой.

Национальная культурная политика рассматривается в «Компендиуме» по единой схеме:

- Историческая перспектива: цели и инструменты культурной политики на разных исторических этапах;
- Администрирование, распределение полномочий и механизмы принятия решений в сфере культуры;
- Основные цели и принципы национальной культурной политики;
- Проблемы культурной политики, вызывающие разногласия;
- Законодательство в сфере культуры;
- Механизмы финансирования культуры;
- Культурные институты и новые партнерства;
- Поддержка креативности и соучастия;
- Документы и источники.

Данная рубрикация может быть использована — в полном или сокращенном виде — для анализа культурной политики любой конкретной страны.

Большая удача для исследователя культурной политики — найти документ, в котором эта политика сформулирована. Иногда он так и называется: «политика» (англ. *policy paper*), но можно также встретить и документы, озаглавленные «стратегия» или «концепция», а порой они имеют и более образные заголовки. Такие документы пока существуют не во всех странах, но постепенно их наличие становится нормой. Там, где такие документы существуют, они с некоторой периодичностью пересматриваются, обновляются или уступают место новым аналогичным документам.

В качестве примера можно привести британский документ 2008 года под названием «Креативная Британия» [Креативная Британия] с предисловием премьер-министра или документ «Основы государственной культурной политики Российской Федерации» [Основы государственной культурной политики Российской Федерации, 2014], введенный в действие Указом Президента Российской Федерации в 2014 году (и действующий теперь в редакции 2023 года). Оба документа были приняты на высшем государственном уровне; благодаря этому культурная политика возводится в них в ранг национальной политики. Это отличает их от ведомственных стратегий, принимаемых на уровне министерства культуры или иного правительственного органа, уполномоченного регулировать сферу культуры.

Культурная политика городов или регионов

Действие государственной политики национального уровня распространяется на всю территорию страны, однако отдельные регионы или города могут разрабатывать и собственную культурную политику. Как уже было сказано, региональная или городская культурная политика не обязательно повторяет политику центрального правительства — хотя и не обязательно ей противоречит. Просто она реагирует на вызовы, характерные для данного региона, и соответствующим образом расставляет приоритеты. Например, центральное правительство может ставить задачу развития национального кинопроизводства, но если в конкретном регионе нет таких планов, то тема кинематографа будет отсутствовать в региональной культурной стратегии или присутствовать в ней только в разрезе потребления.

Независимые субъекты культурной политики

Свою политику в области культуры могут проводить и независимые организации — коммерческие и некоммерческие, — обладающие ясной культурной повесткой и достаточными ресурсами, чтобы их воздействие на ту или иную область можно было охарактеризовать как систематическое и системное.

Коммерческие организации часто выступают в качестве спонсоров культурных проектов, поддерживая их финансово или предоставляя им бесплатные или льготные продукты и услуги. Нефинансовая поддержка может принимать различные формы — от льготной аренды площадки и кейтеринга на открытии выставки до юридических и финансовых консультаций.

Крупные промышленные корпорации часто ставят своей целью развитие культуры в регионах присутствия. Иногда коммерческие организации спонсируют культурные проекты напрямую, но чаще делают это через специально создаваемые благотворительные фонды, которые являются наиболее удобным инструментом для проведения культурной политики в той или иной области культуры в том или ином регионе. Состоятельные индивидуальные спонсоры, готовые системно работать в культурном поле, также создают свои именные благотворительные фонды, которые обычно формулируют свою миссию и устанавливают приоритеты, отражающие их стратегию.

Некоммерческие неправительственные организации для проведения собственной культурной политики собирают членские взносы, а также привлекают финансовые ресурсы, например, из бизнеса или из благотворительных фондов, но часто также опираются на собственную экспертизу и авторитет в определенной области. Примером такой организации может служить созданное в 2009 году в Москве общественное движение «Архнадзор», целью которого является защита московских архитектурных и исторических памятников [Движение «Архнадзор»]. Участники движения стремятся привлекать внимание к проектам застройки и реконструкции, угрожающим негативными изменениями облика столицы, сносом памятников и т.д., и часто им удается остановить разрушительные действия застройщиков.

Субъектами политики в отдельных областях культуры зачастую становятся профессиональные ассоциации или сети родственных организаций, такие как учрежденная в 1889 году британская Музейная ассоциация [Museum Association, UK] или Российская библиотечная ассоциация [Российская библиотечная ассоциация]. Инструментами их политики обычно являются профессиональные журналы и онлайн-ресурсы, ежегодные конференции, проекты, направленные на повышение квали-

фикации в соответствующей области, лоббистские кампании, имеющие целью привлечение внимания правительства к проблемам отрасли и т. д. Примером профессиональной ассоциации, имеющей собственную стратегическую повестку, может служить и Ассоциация менеджеров культуры [Ассоциация менеджеров культуры], созданная в 2003 году по инициативе выпускников и преподавателей факультета «Менеджмент в сфере культуры» Московской высшей школы социальных и экономических наук (Шанинки).

Есть и другие потенциальные и реальные независимые субъекты культурной политики, обладающие своими специфическими ресурсами. В принципе, какие-то реформы в сфере культуры могут предлагать в своих программах политические партии. Определенную позицию в этой области могут занимать (и порой занимают) религиозные организации. Правда, нужно отличать их позицию по вопросам светской культуры, касающуюся оценки тех или иных культурных трендов, а также конкретных фильмов, театральных постановок или литературных произведений, от позиции по собственно религиозным вопросам.

С чем не надо путать культурную политику

Есть ряд ошибочных интерпретаций понятия «культурная политика», которые допускают и студенты, и, порой, также заслуженные авторы. Разберем наиболее распространенные из этих трактовок.

В некоторых работах можно встретить отождествление культурной политики и культурного ландшафта. Скажем, описание существующих в конкретном городе памятников, культурных организаций, фестивалей, предприятий креативных индустрий и т. д. является просто описанием городского культурного ландшафта. Политикой это может стать только после того, как мы наметим какие-то пути преобразования этого ландшафта, то есть зафиксируем проблемы, наметим цели, выберем инструменты и привлечем необходимые для этих преобразований ресурсы.

Порой культурную политику отождествляют с законодательством о культуре. Однако это разные способы упорядочения

человеческой деятельности. Законы задают нормы, обязательные для исполнения. Политика намечает направление желательных изменений, на достижение которых предполагается направить определенные ресурсы. При этом законы могут приниматься в русле какой-то политики и служить инструментами этой политики, но сами они, как таковые, политикой не являются.

Часто можно услышать вопрос: в чем различие культурной политики и культурного менеджмента? Короткий ответ: в масштабах. Представьте себе, с чем имеет дело в своей работе директор музея или руководитель фестиваля. Это — позиция менеджера, хотя, как мы знаем, есть различия в менеджменте проектов и менеджменте организаций. А теперь представьте, с чем имеет дело министр культуры, пусть даже региональный. В его поле деятельности — сотни музеев, десятки фестивалей, тысячи специалистов и еще множество других вещей. Это — совершенно другой предмет деятельности. И хотя там и здесь речь идет о выстраивании каких-то стратегий, эти стратегии строятся по разным принципам и на разном материале. Стратегии управления масштабными объектами мы называем политикой.

Тонкая грань проходит также между культурной политикой и художественным творчеством. Кажется, ничто так не меняет культуру, как новаторская деятельность творческих профессионалов — художников, писателей, актеров, режиссеров, музыкантов и т. д. Однако постоянно возникающие новые направления и течения в искусстве, появление новых форматов и жанров, новых технологических возможностей и даже просто колебания художественной моды — с позиций культурной политики, все это — происходящие в сфере культуры «естественные» процессы, над которыми надстраиваются культурно-политические конструкции. Поэтому мы говорим, с одной стороны, о творческих стратегиях мультимедиа-художников и веб-дизайнеров, а с другой — о культурной политике в условиях цифровизации, то есть рассматриваем современные технологические и творческие процессы как естественные обстоятельства, учитывая которые мы должны ставить культурно-политические задачи и искать инструменты и ресурсы, необходимые для их решения.

Вопросы

1. Как сокращение доступных ресурсов влияет на процесс реализации конкретной культурной политики? Как влияет на этот процесс увеличение числа приоритетов?
2. Может ли государство-член ЮНЕСКО не ратифицировать какую-то конвенцию, принятую этой организацией?
3. С помощью каких инструментов и опираясь на какие ресурсы может проводить свою политику в области культуры международная неправительственная организация?
4. Может ли культурная политика конкретного города или региона отличаться от культурной политики национального уровня? Чем могут быть обусловлены такие различия?
5. На какие ресурсы опираются некоммерческие неправительственные организации, проводящие свою политику в сфере культуры?
6. Может ли творческий профессионал выступить в роли субъекта культурной политики?

Лекция 4

Исторические типы культурной политики — Унитарная модель культурной политики — Культура как универсальные ценности — Культурная политика национального государства — Национальное культурное достояние — Традиционные культурные институты — Воображаемые сообщества — Выдуманные традиции — Исторические границы унитарной модели — Случай Андре Мальро — Универсальные ценности: всемирное наследие

До сих пор мы обсуждали основные понятия и структурные элементы культурной политики, то есть пытались ответить на вопрос, что собой представляет, из чего складывается и какой может быть культурная политика. Данная лекция открывает новый раздел. Здесь мы рассмотрим исторические типы культурной политики, то есть попробуем ответить на несколько иной вопрос, а именно, какой бывает (или бывала) культурная политика в конкретных исторических обстоятельствах. При этом мы ограничимся, географически — европейским континентом, а хронологически — периодом после Второй мировой войны и до начала 2000-х годов. Здесь мы выделим четыре исторических отрезка, на каждом из которых возникал новый тип (или новая модель) культурной политики:

- Унитарная модель (1950-е годы);
- Плюралистическая модель (конец 1960-х — 70-е годы);
- Инструментальная модель (1980-е — 90-е годы);
- Инновационная (креативная) модель (2000-е годы).

Необходимо подчеркнуть, что каждая последующая модель не отменяла предыдущие, но лишь расширяла репертуар возможных подходов. Все эти модели остаются по сей день равнозначными опциями, которые так или иначе используются в современной культурно-политической практике.

Унитарная модель: культура как универсальные ценности

Представления, положенные в основу этой модели, восходят к идеологии эпохи Просвещения, которая постулировала примат светского начала над религиозным и, соответственно, объявила «свет знания» главным источником просвещения, иначе говоря, просветления «темных» народных масс, превращения их в сознательных граждан. Просвещенные, то есть образованные и приобщенные к культуре граждане стали идеалом европейской идеологии и политики Нового времени. Их позитивная трансформация должна была совершаться под действием определенной суммы научных знаний, собранных под обложками популярных в то время энциклопедий и лучших образцов литературы и искусства прошлого и настоящего. И, поскольку речь также шла о преодолении сословных предубеждений и привилегий, этот канонический — неважно, реальный или виртуальный — багаж светских знаний, идеалов и представлений должен был стать общим для всех граждан. Иначе говоря, он воплощал общие, универсальные ценности и был призван цементировать новое просвещенное общество. Таким образом, в идеологию Просвещения была изначально встроена идея демократизации, то есть как можно более широкого распространения «высокой» культуры, доступной ранее только привилегированным сословиям.

Культурная политика как инструмент национального государства

Формирование унитарной культурной политики тесно связано с появлением и распространением в Европе политической модели национального государства. Началом этого процесса обычно считают Вестфальский мир 1648 года, который зафиксировал распад Священной Римской империи. В этот период возникли представления о государственном суверенитете, то есть о праве правительств отдельных стран самостоятельно решать все внутренние вопросы и заключать соглашения с дру-

гими странами. Великая Французская революция 1789 года, последовавшие за ней наполеоновские войны и другие конфликты XIX века привели к существенной «перекройке» европейских государственных границ, росту и укреплению национализма и укоренению модели национального государства, которая все чаще замещала, с одной стороны, имперскую политическую модель, а с другой — модель городов-государств или модель, основанную на феодальных сословных привилегиях. В XX столетии этот процесс продолжился: две мировые войны, а затем распад Советского Союза привели к исчезновению старых империй, очередному пересмотру границ и появлению ряда новых самостоятельных политических образований, которые в основном развивались по модели национального государства.

Национальное государство предполагает наличие нации — единого, объединенного общей историей и общими ценностями сообщества, проживающего на определенной территории. Средством обеспечения единства нации и легитимности национального государства, его границ и правителей, своеобразным «цементом» нации служит объединяющая ее граждан культура. Поэтому одним из центральных инструментов строительства национального государства становится культурная политика, направленная на создание и упрочение единой и самобытной национальной культуры¹.

Важнейшей задачей культурной политики национального государства является, таким образом, кодификация национальной культуры, приведение культуры на всей территории страны «к одному знаменателю». Культурные различия — какими бы они ни были и чем бы ни были обусловлены — должны уступить место культурному единству, единообразию, которому надлежит стать фундаментом сплоченной нации.

Прежде всего, это касается языка. Один государственный язык замещает языковое разнообразие, но и он, в свою очередь, тщательно очищается от любых диалектов. Впрочем, борьба с «культурными диалектами» происходит и в более широком

¹ Как замечает Е. И. Филиппова, культурная политика национального государства культивирует «представление об общественном благе, общую систему ценностей и ориентиров» [Филиппова, 2016].

диапазоне. Речь идет о создании в сфере культуры своего рода национального культурного стандарта — канонического набора исторических и современных культурных образцов, составляющих «национальное культурное достояние» и, самое главное, формирующих национальную идентичность.

Языковая политика национального государства проводится в основном через систему образования, и таким же образом осуществляется системная трансляция знаний, умений и навыков, необходимых для формирования национальной идентичности будущих граждан. А вот образная и эмоциональная сторона национального самосознания формируется в значительной степени через традиционные культурные институты — музеи, театры, филармонии и библиотеки. Но в любом случае, как образовательные программы, так и транслируемые культурные образцы призваны отражать славную историю нации — прежде всего, ее достижений и побед — от древности до наших дней и тем самым укреплять ощущение общности нации и чувство гордости граждан от принадлежности к ней.

Национальное культурное достояние

Национальное государство заинтересовано в создании своего рода культурного канона нации и мобилизует на его создание все доступные творческие силы. Такой канон содержит фиксированный набор исторических и современных произведений и нарративов, имеющих статус национального культурного достояния. Национальное достояние наглядно демонстрирует величие и своеобразие нации и повествует о ее славной истории и достижениях. Задачи, связанные с разработкой, поддержанием и распространением национального канона, отбором его ключевых элементов, государство возлагает на разного рода творческих и гуманитарных работников — художников, литераторов, артистов, музыкантов, а также критиков, историков и искусствоведов — всех, кто готов утверждать, изучать или развивать национальные традиции. Государство выступает при этом в качестве заказчика, а творческие профессионалы — в качестве исполнителей важнейшей государственной миссии, продиктованной целями национального строительства.

Чтобы наглядно представить себе культурный канон и его роль в национальном строительстве, можно вспомнить школьную программу по литературе. Произведения «из школьной программы» известны каждому. Но стоит исключить что-то из программы или что-то в нее добавить (что происходит время от времени), и у поколения, которое будет учиться по-новому, сформируется иной «культурный багаж», чем у поколения их родителей. Школьная программа по литературе — не только часть национального канона, но и его наглядная модель. Приблизительно такие же принципы работают и в музыке, и в изобразительном искусстве, а в XX веке также и в кинематографе, хотя механизмы включения в канон и исключения из канона здесь уже сложнее.

Традиционные культурные институты

Именно в рамках национального государства формируется профессиональная сфера культуры в том виде, в котором мы знаем ее сегодня. Если прежде библиотеки, а также художественные, исторические и естественно-научные коллекции наполняли аристократические резиденции, а музыканты и артисты играли для представителей привилегированных сословий, то с появлением национальных государств возникает система традиционных культурных институтов — публичных библиотек, музеев, филармоний и театров, — призванных осуществлять свою деятельность в национальных масштабах. Национальный культурный канон формируется преимущественно в столицах и затем распространяется по всей территории страны через систему поддержанных государством культурных институтов, обслуживающих трансляцию и воспроизводство канонических произведений и нарративов.

Со временем к этой системе добавляются специализированные учебные заведения, которые готовят представителей творческих профессий, ориентированных прежде всего на развитие национальных традиций. Наряду с национальной историей (или в ее рамках), создается национальная история искусств, уходящая как можно глубже в прошлое. В частности, она стремится показать, что архаическое или народное искус-

ство уже демонстрирует характерные национальные черты, которые затем будут проявлены в современном профессиональном творчестве. Такую же роль играет и изучение фольклорных традиций — «живительного источника» национальной культуры. Таким образом подчеркивается не только актуальное, но и историческое единство нации.

По мере технологического развития и усложнения медийной сферы расширяются возможности трансляции культурного контента. Так, в первой половине XX столетия получает распространение радио, и это принципиально изменяет конфигурацию культурной коммуникации: традиционные культурные институты начинают терять монополию в области строительства национальной культуры и трансляции ее канонических нарративов. Впоследствии этот процесс еще ускоряется благодаря распространению телевидения, а с появлением в конце XX столетия интернета и новых медиа приходится коренным образом пересматривать как миссию, так и базовые принципы работы традиционных культурных институтов.

Воображаемые сообщества

Если следовать самоописанию национального государства, его конституирующее начало — нация — это исторически сложившееся сообщество людей, «с покон веку» живущих на определенной территории, говорящих на одном языке, объединенных общей культурой и уходящими в глубь веков традициями. В соответствии с этими представлениями, «англичане», «французы», «немцы», «итальянцы» и т. п. являются не только субъектами европейской политики, но и главными действующими лицами европейской истории. Однако во второй половине XX столетия такое понятие нации подвергается критическому переосмыслению, основным мотивом которого становится представление о нации не как о чем-то естественном, исторически сложившемся, а как об искусственной и исторически поздней конструкции. Иначе говоря, нации не приходят к нам из глубины веков, а являются результатом целенаправленной культурной политики, проводимой в XIX и XX столетиях молодыми национальными государствами.

Один из наиболее влиятельных критиков представлений о нациях, Бенедикт Андерсон, в книге, опубликованной в 1983 году, описывает нацию как «воображаемое сообщество» (*imagined community*). По мысли Андерсона, «нация является продуктом воображения, потому что члены даже самой немногочисленной нации никогда не узнают всех своих соотечественников, не встретятся с ними лицом к лицу и даже не услышат о них, и все же в сознании каждого из них будет жить представление об их общности» [Андерсон, 2016, с. 47]. Описывая нацию как понятийную конструкцию, Андерсон подчеркивает, что она «ограничена», то есть заканчивается там, где начинаются другие нации; и вместе с тем нация «суверенна», то есть призвана самостоятельно решать свои внутренние проблемы, учреждать свое правительство и устанавливать взаимоотношения с другими нациями.

Принцип совпадения культурных и политических границ является определяющим для понимания природы национального государства также и в трактовке другого известного исследователя наций и национализма, Эрнеста Геллнера². Оба автора подчеркивают недавнее по историческим меркам происхождение наций и ту решающую роль, которую в их конструировании играет культура. Вместе с тем, если Геллнер видит в появлении наций преимущественно негативные последствия, такие как культурная гомогенизация общества и распространение шовинизма и ксенофобии, то Андерсон находит в этом явлении также позитивные черты, включая преданность идеалам и готовность отдать жизнь за «изобретения» национализма. «Культурные продукты национализма, — пишет Андерсон, — поэзия, художественная проза, музыка, пластические искусства — предельно ясно изображают ... любовь в тысячах всевозможных форм и стилей» [Андерсон, 2016, с. 237].

Выдуманнные традиции

Борьба национального государства с «культурными диалектами» приводит не только к подавлению локальных и мар-

² Примечательно, что классическая книга Геллнера, посвященная этой проблеме, была впервые опубликована в том же 1983 году, что и книга Андерсона. В русском переводе см.: [Геллнер, 1991].

гинальных культурных проявлений, но часто также и к замещению их каноническими произведениями и нарративами, которые создаются и распространяются профессионалами. Геллнер описывает это как процесс «гомогенизации» или обеспечения однородности культуры. Иначе говоря, «высокая культура» стремится вытеснить «низовую», популярную культуру, выходящую за рамки санкционированного национального канона.

Между тем, важной частью национальной мифологии является культурная преемственность, прослеживаемая сквозь века. Считается, что усилия современных авторов и творческих профессионалов опираются на богатые национальные традиции, вырастают из «толщи народной культуры». Внимание к народным традициям и романтизация фольклора являются неперенными чертами всякой национальной идеологии. Этот тренд вступает в очевидное противоречие с установкой на борьбу с девиантной низовой культурой, которая бросает вызов национальному культурному канону.

Выходом из этого противоречия нередко становится практика «конструирования традиций» руками творческих профессионалов³. Почетное место в рамках национального канона отводится кодифицированному фольклору — народным сказкам, былинам, песням и т. п., — собранным, описанным и интерпретированным профессиональными этнографами и фольклористами на рубеже XIX–XX веков. К этому добавляется то, что Эрик Хобсбаум назвал «выдуманскими традициями»

³ Вот, например, как описывает обстоятельства конструирования образа немецкой нации Е. И. Филиппова: «В этнографических описаниях и постановочных фотоальбомах националистических десятилетий (от 1860 до 1940-х) Германия представляла как хорошо сохранившаяся доиндустриальная страна с разнообразием красочных живых региональных традиций. Однако ..., описывая крестьянство, создатели образа нации как общности германских племен игнорировали социальные различия, временную динамику, инновации и наличие иных производящих классов и их традиционной культуры. Таким образом, медиальная среда формировала стереотипы, бытующие и определяющие восприятие Германии до настоящего времени». (Филиппова, 2016, с. 30).

(*invented traditions*); этот термин описывает разнообразные стилизации, мистификации, намеренные и ненамеренные анахронизмы, создающие псевдофольклорную реальность, которая становится частью канона национальной культуры⁴.

Споры о подлинности, традиционности и аутентичности того или иного культурного материала являются неотъемлемым элементом культурной жизни национального государства. И даже если какие-то явления не выдерживают критики на предмет их «аутентичности», им противопоставляются другие явления, которые позволяют — в полном соответствии с культурной стратегией национального государства — отодвигать границу национального вглубь истории.

Унитарная модель культурной политики: исторические границы

Таким образом, унитарная модель культурной политики имеет долгую историю, но приобретает особенно отчетливые формы в XIX–XX столетиях, в период формирования и расцвета национальных государств. Ее характерными чертами являются: монополия государства в сфере культурной политики, кодификация ценностей, традиций и нарративов, составляющих национальное культурное достояние, государственная поддержка традиционных культурных институтов и институтов художественного образования, ориентированных на развитие национальных традиций. К этому можно добавить, что национальное государство стремится быть владельцем средств производства и распространения культурных продуктов или контролировать их, а также зачастую прикладывает усилия к тому, чтобы оградить граждан от «чуждых» или «вредных» культурных влияний — как внешних, так и внутренних, то есть культурных «интервенций» или «диалектов».

После окончания Второй мировой войны унитарная модель культурной политики повсеместно доминировала в Европе, и это касалось как западноевропейских стран, так и стран

⁴ И вновь 1983 год: [Hobsbawm, Ranger, 1983].

так называемого Восточного блока, включая Советский Союз. Логика унитарной политики оказалась созвучной задачам послевоенного культурного строительства, преодоления разрухи и «переучреждения» национальных государств, часто в новых границах. Эта логика была закреплена в международных стратегических документах созданной в 1945 году ЮНЕСКО, и к ней неизменно апеллировали в первые послевоенные десятилетия европейские национальные правительства.

Так продолжалось до конца 1960-х годов, когда монополия унитарной модели была нарушена благодаря появлению иной, альтернативной модели, о которой пойдет речь в следующей лекции. Однако унитарная модель не потеряла своего влияния. По сей день к ней продолжают апеллировать многие национальные правительства и региональные администрации.

Случай Андре Мальро

Характерным примером унитарной культурной политики этого периода может служить деятельность Андре Мальро на посту министра культуры Франции, который он занимал с 1959 года, когда в стране было создано Министерство культуры, и вплоть до 1969 года, когда ушло в отставку правительство де Голля. По замыслу Мальро, формула культурной политики предусматривала три основные цели: (1) сохранение национального наследия, (2) поддержка творчества и (3) демократизация, то есть как можно более широкое распространение культуры [Looseley, 2001, p. 2]. Соответственно, свою миссию как министра культуры (в отличие от миссии как писателя и теоретика культуры, которым он был и оставался до конца жизни) Мальро видел в сохранении французского национального наследия и культурном просвещении (то есть солидаризации и цементировании) французской нации.

Вот как описаны задачи министра культуры в Декрете от 24 июля 1959 года: «В обязанности министра культуры входит обеспечение как можно большему числу французских граждан доступа к величайшим творениям человечества, и в том числе Франции; создание как можно более широкой аудитории для нашего культурного наследия; и поощрение создания

тех произведений искусства и интеллектуального творчества, которые обогащают это наследие» [Poirrier, 2004].

Будучи убежден в трансформирующей силе искусства, Мальро направлял ресурсы возглавляемого им министерства на поддержку творческих профессионалов, реставрацию памятников, создание единого реестра французского наследия, а также на строительство и обновление сети культурных институтов — прежде всего, музеев, библиотек, драматических и оперных театров. Одной из главных его инициатив стало строительство в регионах Домов культуры (*maisons de la culture*) — выставочных и сценических площадок, которые позволили бы донести до провинциального зрителя высокие образцы национального наследия и современной французской культуры.

Универсальные ценности: всемирное наследие

Унитарная культурная политика не ограничивалась практикой отдельных национальных государств. В каком-то смысле она достигла своего апогея в понятии «всемирного наследия», введенном в рамках Конвенции ЮНЕСКО об охране всемирного природного и культурного наследия [Конвенция ЮНЕСКО об охране всемирного природного и культурного наследия, 1972]. Логика ЮНЕСКО состояла в следующем: чтобы культура стала гарантом мира, нужно обозначить такой пласт наследия, который является достоянием не отдельной нации, а всего человечества. Тогда появятся ценности, способные сплотить представителей разных наций, то есть разных культур.

Конвенция стала итогом длительного периода работы ЮНЕСКО, ее текст разрабатывался, начиная с 1965 года. В настоящий момент ее ратифицировали 195 государств, то есть подавляющее большинство стран мира. Прямым результатом конвенции стал механизм отбора и утверждения всемирного наследия, состоящего из памятников природы и культуры, которые предлагаются правительствами отдельных стран для включения в официальный список всемирного наследия. Но был и менее очевидный результат, а именно закрепление понятия наследия как,

прежде всего, национального наследия, то есть наследия, которое определяется государством и его «компетентными органами» по рекомендации «экспертов».

Таким образом, конвенция ЮНЕСКО осуществила своего рода «возгонку» наследия наций, в результате которой было вычленено «всемирное», то есть общечеловеческое, универсальное наследие. Парадоксальным образом, эта инициатива ЮНЕСКО послужила, с одной стороны, преодолению национализма в вопросах наследия, а с другой, его упрочению. Во многих странах участие государства в процессах кодификации наследия получило благодаря этому процедурное и законодательное оформление. Окончательно сложилась система, которую много лет спустя исследователь из Австралии Лораджейн Смит назовет «авторизованным дискурсом наследия» [Smith, 2006].

Вопросы

1. Что обеспечивает единство и сплоченность нации: этническая, экономическая, религиозная, языковая или культурная общность?
2. Как выглядит культурный ландшафт империи? Чем он отличается от культурного ландшафта национального государства?
3. Как вы думаете, государство создает культурную общность, именуемую нацией, или, наоборот, культурно однородная нация создает свое государство?
4. Что собой представляет канон национальной культуры? Из каких элементов складывается «национальное культурное достояние»?
5. Когда и для чего создаются национальные музеи?
6. В каких отношениях находятся профессиональная и народная культура?
7. Что, на ваш взгляд, могло привести к ревизии унитарной модели культурной политики?

Лекция 5

Исторические типы культурной политики — От унитарной к плюралистической модели культурной политики — Поворотная точка: Париж'68 — Поворотная точка в Америке: Вудсток'69 — Культура как мозаика групповых ценностей — Почему это случилось — Демократизация культуры или культурная демократия — Взаимодействие и диалог культур — Трансформация культурных институтов — Динамика реформ — Постскрипtum

Мы продолжим рассматривать исторические типы культурной политики, по-прежнему оставаясь (с небольшими исключениями) в Европе. В этой лекции мы продвинемся по шкале времени на два десятилетия вперед, преодолев символическую дату, 1968 год, который многие авторы считают переломным в европейской (а может быть, и мировой) истории. Он был таковым во многих отношениях, в частности, именно в этом году произошли зримые перемены, которые знаменовали появление новой модели культурной политики. Эта новая модель, хотя и не отменила прежнюю, но выросла из ее отрицания и предложила альтернативную трактовку сферы культуры и путей ее трансформации в будущем. Речь пойдет о плюралистической модели культурной политики, которая является естественной логической оппозицией рассмотренной в предыдущей лекции унитарной модели.

Поворотная точка: Париж'68

Студенческие волнения, происходившие в мае 1968 года в Париже, стали символическим маркером наступления новой эпохи. Студенты бросили занятия, вышли на улицы, стали сорожать баррикады и вступили в прямое столкновение с полицией. К студентам присоединились бастующие рабочие, у которых была своя — социальная и политическая — повестка, в то время как студенческую повестку вернее было бы назвать куль-

турной (или, скорее, контркультурной). Рабочие оккупировали фабрики, студенты заняли типографию и начали печатать свои плакаты, продолжавшие темы граффити, в обилии появившиеся в эти дни на стенах парижских домов. Вот несколько примеров студенческих лозунгов, по которым можно судить о природе студенческого бунта:

- Будь реалистом, требуй невозможного;
- Меньше читай, больше живи;
- Культура — это извращение жизни;
- Искусство мертво — перестань поглощать его труп;
- Вся власть воображению;
- Профессор, ты так же стар, как твоя культура; твой модернизм — это лишь модернизация полиции.

Очевидно, что «живая» жизнь противопоставляется здесь «мертвой» культуре, которую навязывают профессора и другие представители старшего поколения. Молодые люди не хотят слышать нравоучений, им наскучил обращенный к ним морализаторский монолог. Иначе говоря, молодежный бунт принял форму конфликта поколений и отрицания культуры истеблишмента.

События 1968 года ярко продемонстрировали, что у молодежи — своя мораль, своя культурная повестка, свои интересы и ценности, отнюдь не разделяемые взрослыми, свои художественные пристрастия и, не в последнюю очередь, свое кино, в частности, фильмы французской «новой волны»¹, популярные прежде всего в молодежной среде. Скандал вокруг парижской Синематеки², происходивший весной 1968 года и связанный

¹ Французская «новая волна» — влиятельное инновационное направление в кинематографе Франции конца 1950-х — 1960-х годов, представленное такими именами, как Клод Шаброль, Франсуа Трюффо, Жан-Люк Годар и другие режиссеры, заложившие основу того, что впоследствии стало называться «авторским кино».

² Французская Синематека — частный архив фильмов и, по сути, первый музей кино, получивший поддержку Министерства культуры при переезде во дворец Шайо в 1965 году. Весной 1968 года министр культуры Андре Мальро попытался

с попыткой властей контролировать независимую политику этой организации, стал одним из предвестий майских волнений.

К середине мая забастовки и волнения распространились по всей Франции, на пике в них участвовало до 10 миллионов человек. Эхо парижских событий отзывалось студенческими волнениями и во многих других странах. Студенческие выступления прошли в Западной Германии, Швеции, Италии, Испании, в странах Латинской Америки и даже в Японии. Их политическая повестка в основном была сосредоточена в левой части политического спектра, а культурные лозунги оказывались неизменно связаны с протестом против авторитета старшего поколения, патриархальных устоев и традиций.

Правительство Шарля де Голля, которому были адресованы начавшиеся во французской столице протесты, сумело мобилизовать своих сторонников и преодолеть кризис. К июлю выступления студентов и рабочих сошли на нет, но запущенные ими процессы продолжали тлеть во французском обществе, и год спустя правительство все же вынуждено было уйти в отставку. Предложенная студентами контркультурная повестка уверенно прокладывала себе дорогу к политическому мейнстриму.

Поворотная точка в Америке: Вудсток'69

Сделаем исключение и заглянем ненадолго за пределы Европы. В Соединенных Штатах Америки было свое символическое событие, возвестившее начало новой эры — Вудстокский рок-фестиваль, который проходил в течение трех дней в августе 1969 года в сельской местности на севере штата Нью-Йорк. Первоначально организаторы рассчитывали на 50 тысяч зрителей, но в итоге их оказалось около полумиллиона. Среди исполнителей были как известные звезды рок-сцены, так и те, кто получил известность именно благодаря участию в фестивале. В числе прочих, перед слушателями выступили музыкан-

уволить руководителя Синематеки Анри Ланглуа. Это вызвало волну протестов, и в конце апреля 1968 года Ланглуа был восстановлен в должности.

ты, которые сегодня занимают почетное место в музыкальной истории XX века: Джоан Баэз, Рави Шанкар, Карлос Сантана, Grateful Dead, Creedence Clearwater Revival, The Who, Jefferson Airplane, Дженис Джоплин, Джо Кокер, Джонни Уинтер и Джими Хендрикс.

Вудстокский фестиваль 1969 года стал грандиозной манифестацией новой молодежной культуры, противопоставившей себя американскому истеблишменту. Почти сразу после фестиваля вышла книга журналиста, активиста и участника фестиваля Абби Хоффмана, озаглавленная «Нация Вудстока» (Woodstock Nation) [Hoffman, 1969]. Это выражение быстро стало крылатым: фактически, Вудсток продемонстрировал, что внутри американской нации образовалась самостоятельная другая нация, имеющая свою, особую культуру. Эту культуру уже нельзя было воспринимать как маргинальную или девиантную, как малозначимое отклонение от общенациональной нормы. С ней приходилось считаться.

Культура как мозаика групповых ценностей

Ни парижские студенты, восставшие против истеблишмента, ни молодые посетители Вудстока, показавшие невиданных масштабов сплоченность вокруг рок-фестиваля, не смогли добиться быстрых и непосредственных социальных и политических перемен. Тем не менее, в длительной перспективе эти события сыграли решающую роль в трансформации европейского общества. В частности, они заставили по-новому взглянуть на культуру, и этот новый взгляд запустил процесс трансформации принципов культурной политики.

События конца 1960-х годов всерьез расшатали утвердившуюся к тому времени унитарную модель культурной политики. Они убедительно показали, что «культурный разлом» может проходить не только между нациями, но и между поколениями, что в рамках национальной культуры существует отдельная молодежная культура и что, следовательно, национальная культура не является ни единой, ни однородной. Пока культурными особенностями обладали проживающие на территории национального государства этнические, религиозные или языковые

меньшинства, их можно было игнорировать или считать маргинальными. Это осложняло проведение унитарной культурной политики, но не отменяло ее как принцип. Но когда о культурных различиях заявляет собственная молодежь, говорить о единстве национальной культуры становится уже гораздо сложнее.

Наглядное противопоставление молодежной культуры культуре истеблишмента открыло дорогу разнообразным культурным повесткам, претендующим на самостоятельность. Точками кристаллизации культурных сообществ становились не только специфические виды искусства (рок-музыка или кино), но также конкретные убеждения или образ жизни, с которыми связывались определенные ценности. Повсеместно возникали сообщества пацифистов, экологических активистов, вегетарианцев, буддистов, мотоциклистов и т. д. Культура перестала восприниматься как объединяющее нацию единое целое, превратившись в мозаику отдельных групповых субкультур.

На месте унитарной модели (вернее, наряду с ней) появилась новая, плюралистическая модель культурной политики. Эта новая модель отменяла иерархию в сфере культуры. То, что прежде считалось популярной, «низкой» или «маргинальной» культурой и выпадало из сферы интересов унитарной политики, было уравнено в правах с «высокой» культурой, до тех пор находившейся в привилегированном положении под покровительством государства.

Почему это случилось

Есть разные объяснения того, почему все эти перемены произошли именно в данной исторической точке.

По одной версии, все дело было в смене поколений. Поколение, пережившее Вторую мировую войну (и не только те его представители, которые воевали на фронте, но и гражданские лица, в том числе женщины и дети, которых так или иначе коснулись тяготы военного времени), мечтало о возвращении к нормальной жизни — той жизни, которая была до войны. Их идеалом было восстановление, возрождение, возвращение довоенных ценностей и того, что люди помнили (или им казалось, что помнили) как мирный образ жизни. Им была созвучна

консервативная унитарная культурная политика, основанная на идее национального единения вокруг культурного наследия и задач мирного строительства³.

В противоположность этому, герои студенческих волнений 1968 года — это представители следующего поколения, родившиеся после войны. У них не было ностальгии по прошлому и задачи «возвращения» к довоенной жизни. Они не хотели, взрослея, превращаться в своих родителей. Думая о будущем, они искали идеалы в совершенно иных областях и вполне сознательно вступали в полемику о ценностях со старшим поколением.

Но было и другое объяснение (впрочем, не противоречащее первому). Оно заключалось в том, что выход на сцену новых разнообразных культурных (и контркультурных) сообществ стал реальностью благодаря развитию коммуникационных технологий, существенно изменивших конфигурацию медийного пространства⁴. Новые дешевые и доступные технологии сделали возможной культурную коммуникацию для независимых малых групп. Появление бытовых кинокамер и магнитофонов, изобретение новых средств тиражирования текстов, возникновение небольших независимых типографий, радиостанций, киностудий и студий звукозаписи — все это значительно облегчало распространение нишевых культурных продуктов, которые теперь можно было транслировать широкой публике напрямую, без санкции или поддержки

³ Марк Пахтер и Чарльз Лэндри называют послевоенный период «эпохой реконструкции». Вот как они характеризуют культурную политику этого периода: «Главным аргументом в пользу культурной политики была ценность культуры как средства обучения, воспитания и общего цивилизационного влияния на людей после ужасов, пережитых во время Второй мировой войны» [Pachter, Landry, 2001, p. 51].

⁴ Зависимость культуры от развития коммуникационных технологий убедительно прослеживается в работах канадского философа Маршалла Маклюэна. См., например: [Маклюэн, 2003].

государства⁵. Благодаря этому сравнительно небольшие сообщества смогли резко расширить границы культурной коммуникации и стали обращаться к достаточно широким аудиториям, предъявляя миру свои ценности.

Наконец, важным «фоновым» фактором, повлиявшим на трансформацию представлений о культурном развитии, стал происходивший после Второй мировой войны распад колониальных империй. Объявление независимости бывших азиатских и африканских колоний сопровождалось, с одной стороны, утверждением культурного суверенитета новых молодых государств, а с другой — преодолением европоцентризма, то есть критикой иерархических отношений в системе мировых культур, которая проецировалась и на сферу культуры внутри метрополий.

Как бы то ни было, в конце 1960-х годов, наряду с унитарной моделью культурной политики, основанной на понимании культуры как системы универсальных ценностей, сложилась и получила распространение альтернативная модель, в основу которой было положено представление о культуре как о множестве независимых — субнациональных или транснациональных — субкультур.

Демократизация культуры или культурная демократия?

Характерный для плюралистической модели принцип множественности культур в корне изменял характер действий, осуществляемых в культурном поле. Если в рамках унитарной

⁵ Марк Пахтер и Чарльз Лэндри называют период конца 1960-х — 1970-х годов «эпохой участия». Происходившие в этот период изменения они объясняют следующим образом: «Возросшая доступность сравнительно недорогих технологий культурного производства, которые использовали представители ... новых городских социальных движений, размывала границы между коммерческой и некоммерческой, любительской и профессиональной сферами, а также между производителями и потребителями культуры» [Pachter, Landry, 2001, p. 53].

модели базовые действия субъектов сводились к согласованному формированию культурного канона и его как можно более широкому распространению через культурные институты, систему образования, а также, по мере развития средств коммуникации, через различные медиа, то в рамках новой модели, в отсутствие иерархии и канона, различные субкультуры получили возможность свободно конкурировать друг с другом, стремясь переместиться с периферии в центр, завоевывая публику и увеличивая свое влияние. Иначе говоря, центробежная динамика унитарной модели сменилась центростремительной динамикой, характерной для плюралистической модели. В то время как первая, центробежная стратегия осуществлялась под лозунгом «демократизации культуры», альтернативная, центростремительная стратегия заявила о себе как о «культурной демократии».

Взаимодействие и диалог культур

Споры о культурной политике порой заходят в тупик, потому что их участники строят свои аргументы на основе разных моделей. Есть формальный признак, позволяющий различать приверженцев унитарной и плюралистической политики. Первые в своих рассуждениях, как правило, апеллируют к запросам «общества», в то время как вторые говорят о «культурных сообществах».

Плюралистическая модель предполагает не только разнообразие культур, но и их равенство. В рамках этой модели субкультуры, культуры маргинальных групп или сообществ приобретают легитимность, которая, в определенном смысле, уравнивает их в правах с тем, что в рамках другой модели относилось к «высокой» культуре, занимавшей особое, выделенное место в культурной иерархии. Плюралистическая модель, таким образом, отменяет противопоставление «высокой» и «низкой» культуры, уравнивает шансы различных культур в борьбе за лояльность своих адептов.

Но различные культурные сообщества не только конкурируют друг с другом. Они взаимодействуют в общественном поле, и это взаимодействие может приобретать черты диалога.

Различные культуры могут стремиться понять друг друга, полемизировать друг с другом, обогащать друг друга и т.д. Процессы активного диалога и взаимодействия различных культур становятся системообразующими в деятельности традиционных культурных институтов, работа которых в рамках плюралистической модели претерпевает кардинальные изменения.

Трансформация традиционных культурных институтов

Традиционные культурные институты — музеи, театры, филармонии и библиотеки — играли важную роль в функционировании унитарной модели культурной политики. Это была роль проводника «высокой» культуры, транслятора национального культурного канона в массовое сознание. Появление новой, плюралистической модели требовало критического пересмотра этой роли. Новый взгляд на культуру предполагал превращение культурных институтов в площадку, на которой происходит диалог различных культур.

Прежде всего переосмыслению подверглись представления о публике. Если прежде адресатом деятельности культурных институтов были «широкие массы», нуждающиеся в «просвещении», то в новой парадигме публика приобретает субъектность. То есть посетители, зрители, слушатели и читатели культурных учреждений рассматривались уже не как единая безликая и пассивная масса, которую нужно «приобщить» к культуре, а как носители собственных интересов, запросов и культурных (в том числе контркультурных) установок. Следуя этой новой логике, преобладавший ранее в культурных институтах высокомерный монолог должен был уступить место диалогу с публикой.

Одновременно приходило понимание неоднородности публики. В культурных институтах формировалось представление о различных аудиториях, имеющих каждая свою повестку, свои интересы, свои особенности восприятия. Постепенно становилось ясно, что с разными аудиториями нужно говорить на понятном для них языке, обсуждая те вопросы и расставляя

те акценты, которые актуальны именно для данной категории посетителей, слушателей или зрителей. В частности, предьявляя публике классику и наследие, следует искать (как того требовали парижские студенты) «рифмы» с актуальной живой культурой и с вопросами современности.

Принимая плюралистическую модель и сопровождающий ее «принцип диалога», культурные институты открывали дорогу разнообразию языков, суждений и мнений. Они уже более не занимали по отношению к публике менторскую позицию, не претендовали на то, что представляют истину в последней инстанции. Культурный институт новой формации позиционировал себя, скорее, как открытую площадку, как посредника в культурной коммуникации между различными сообществами. При этом состав сообществ не ограничивался только экспертными или профессиональными сообществами, такими как, скажем, историки или искусствоведы. Здесь могли звучать голоса самых разнообразных возрастных или социальных групп. Принцип полифонии стал одним из фундаментальных требований к деятельности культурных институтов.

Следующим логическим шагом было принятие представителей публики не только как собеседников, но и как соучастников, влияющих на тематику, содержание, форматы работы и даже на стратегию деятельности культурных институтов. В результате аудитория культурных институтов была, во-первых, разделена на сегменты по принципу культурной принадлежности, а во-вторых, эшелонирована по принципу «глубины соучастия»⁶.

Динамика реформ

Трансформация традиционных культурных институтов в русле плюралистической культурной политики была делом не быстрым. Спровоцированный событиями конца 1960-х годов, этот процесс затем растянулся не на одно десятилетие. В течение 1970-х годов программа соответствующих реформ в целом

⁶ О принципах соучастия в работе музеев см., например: [Культура участия, 2015]; [Саймон, 2017]; [Практики соучастия в музеях, 2023].

прояснилась и получила идеологическое оформление, но инерция институтов была чрезвычайно сильна, а административная и законодательная система в большинстве случаев продолжала поддерживать унитарную модель культурной политики.

Тем не менее, во всех областях — в театре, кино, музыке, изобразительном искусстве, литературе — возникали и крепились реформаторские движения, которые оказывали серьезное давление на политику культурных институтов. Например, в музейной сфере в 1970-е годы появляется целый ряд визионерских концепций и инициатив, влияние которых ощущается до сих пор: во Франции это была идея «экомuzeя» Жоржа-Анри Ривьера⁷, в Великобритании — работы по социальной истории музея Кеннета Хадсона и учрежденный им в 1977 году конкурс «Лучший европейский музей года»⁸, в Канаде — бросившие вызов музейной рутине работы Дункана Камерона⁹.

⁷ Жорж-Анри Ривьер (1897–1985) был первым директором Международного совета музеев (ИКОМ) и автором концепции «экомuzeя», оказавшей в 1970-е годы большое влияние на развитие музейного дела во Франции и франкоговорящей Канаде. Ривьер рассматривал экомuzeй как «музей без стен», создаваемый местным сообществом, и как инструмент устойчивого развития сообщества и территории. Таким образом, в противоположность традиционному пониманию музея, экомuzeй был не зданием, в котором находятся коллекции и работают профессионалы, а скорее коммуникационной площадкой, где жители территории обсуждают свое наследие. [Riviere, 1985].

⁸ Кеннет Хадсон (1916–1999) был журналистом «Би-би-си», автором более 50 книг на самые разные темы, консультантом ЮНЕСКО и первым директором премии «Лучший европейский музей года» (EMYA), которую он с двумя британскими коллегами основал в 1977 году. Он подчеркивал необходимость рассказывать в музеях живые человеческие истории и был защитником малых музеев, которые, по его мнению, демонстрируют гибкость, воображение и готовность приносить пользу местному сообществу. [Hudson, 1975; Hudson, 1987].

⁹ Дункан Ф. Камерон (1930–2006), канадский музеолог, последователь Маршалла Маклюэна, был автором нескольких

Эти авторы каждый по-своему рисовали картину развития музеев в будущем, однако в их представлениях было, несомненно, и много общего, а именно: внимание к посетителям, необходимость вести диалог с разными аудиториями, служить современному обществу, заботиться о качестве взаимодействия с публикой, а также открытость к разным точкам зрения и сегодняшним проблемам. Эти положения до сих пор служат стратегическими ориентирами не только для музеев, но и для других культурных институтов.

Постскриптум

В 1989 году, двадцать лет спустя после парижских событий 1968 года, американский архитектор китайского происхождения Ио Мин Пей (I. M. Pei) построил во дворе Лувра знаменитую пирамиду, поначалу вызвавшую не меньше критики, чем в свое время Эйфелева башня. Проект решал вполне прагматическую задачу — организацию потоков посетителей и их распределение по трем крыльям Лувра. Однако, как всякое произведение талантливого архитектора, это сооружение имело и смысловую, символическую нагрузку. Вся геометрия и хай-текковская эстетика пирамиды, возвышающейся на фоне классического фасада Лувра, как будто говорит нам: «Музей — это не только про прошлое, это также про настоящее и будущее; это про принятие другого и про единство в многообразии». Так считается сегодня пирамида Лувра: как символ национального (или цивилизационного?) примирения, как формула победившего плюрализма и как ответ — через три десятилетия — одновременно и бунтующим студентам, и правительству де Голля.

новаторских статей, в частности «Музей как коммуникационная система» и «Музей: храм или форум?». Он одним из первых стал анализировать опыт посетителя музея и постулировал смещение фокуса музеологических исследований с коллекций на аудиторию [Cameron, 1968; Cameron, 1971].

Вопросы

1. Каковы были основные отличительные черты молодежной культуры в конце 1960-х годов в Европе?
2. Что, на ваш взгляд, означали слова «нация Вудстока»?
3. Что привело к ревизии унитарной модели культурной политики?
4. Объясните различие между «демократизацией культуры» и «культурной демократией»
5. Как могут строиться взаимоотношения между различными культурными сообществами?
6. Какие изменения в работе традиционных культурных институтов наметились в 1970-е годы?
7. Что, по вашему мнению, символизирует пирамида Лувра?
8. Когда в российской истории звучал призыв к плюрализму?

Лекция 6

Исторические типы культурной политики — Инструментальная модель культурной политики — Экономическая глобализация и деиндустриализация Европы — Традиционная риторика: культура как «общественное благо» — Новая риторика: культура как «катализатор» развития — Конкурентоспособность городов и регионов — Культура как инструмент маркетинга территории — Культура как инструмент социальной политики — Дистанцирование культурных институтов от государства — Многоканальное финансирование — От администрирования к менеджменту — Новая профессия — Двойственная миссия менеджеров культуры

Рассматривая исторические типы культурной политики, мы подошли к следующему рубежу — началу 1980-х годов. Последующие два десятилетия (1980-е — 1990-е годы) серьезно изменили расстановку сил на международной арене и привели к пересмотру фундаментальных представлений о роли культуры в общественном развитии. Инструментальная роль культуры, то есть, прежде всего, возможность ее воздействия на социальную и экономическую повестку, выходит в этот период на передний план. Впрочем, такой подход не отменяет двух рассмотренных ранее моделей культурной политики — унитарной и плюралистической, — которые сохраняют свое влияние в законодательной и административной сферах. Но глобальные экономические проблемы и повсеместный кризис концепции социального государства заставляют искать новые схемы взаимоотношений администраций различных уровней с культурными институтами. В конечном счете это изменяет и характер деятельности самих институтов.

Экономическая глобализация и деиндустриализация Европы

Среди процессов, повлиявших в 1980-е годы на приоритеты европейской культурной политики, не последнее место занимает происходившая в этот период массовая миграция промышленных предприятий из индустриально развитых европейских стран в страны «третьего мира», то есть в экономически менее развитые регионы и, преимущественно, на другие континенты. Причина этого была проста: промышленность уходила туда, где стоимость рабочей силы была существенно ниже. В результате европейские города и регионы, бывшие в свое время «колыбелью индустриализма», стремительно лишались своей традиционной промышленности, и это коренным образом изменяло весь их экономический и, в целом, жизненный уклад. Переставали поступать в казну налоги, стремительно росла безработица и, как следствие, наблюдались все признаки не только экономического, но и социального кризиса. Эта ситуация была особенно острой в городах и регионах, экономика которых традиционно строилась вокруг тяжелой промышленности, таких, например, как Манчестер и его окрестности в Великобритании или Рурский бассейн в Германии.

Частью кризиса, затронувшего промышленные регионы Европы, стал кризис финансирования культуры. Общее снижение городских и региональных бюджетов требовало сокращения расходов, и в глазах администраций разного уровня самым очевидным кандидатом на «урезание» финансирования была сфера культуры. Среди социальных расходов, куда входили также расходы на образование и здравоохранение, позиция культуры была наиболее уязвимой.

Традиционная риторика: культура как «общественное благо»

До наступления кризиса доступ граждан к культуре занимал прочное положение среди обязательств «государства всеобщего благосостояния» и, соответственно, сфера культуры

щедро финансировалась из бюджетов разного уровня. Следуя общепринятой политической риторике, необходимость государственной поддержки культуры обосновывалась тем, что культура представляет собой «общественное благо», и поэтому ее «плоды» должны быть безусловно и одинаково доступны всем гражданам. В число традиционных аргументов входило также и то, что культура воплощает эстетические и моральные ценности, то есть служит проводником и мерилom красоты и добра и, что немаловажно, является источником национальной идентичности.

Выяснилось, однако, что в ситуации серьезного экономического кризиса старые аргументы перестают работать. Политики, от которых зависело финансирование культуры, рассуждали приблизительно так: давайте сначала решим актуальные экономические и социальные проблемы, а потом, может быть, дойдут руки и до культуры. Можно ли было что-то противопоставить этой точке зрения? Пожалуй, только одно, а именно то, что культура как раз и способна стать инструментом выхода из кризиса и двигателем экономического и социального развития.

Новая риторика: культура как «катализатор» развития

Традиционно считалось, что культура важна для развития личности и воспитания гражданственности, но она никак не влияет на экономическое развитие и решение социальных проблем. Наоборот, культура — целиком затратная сфера; это роскошь, которую можно себе позволить только в периоды экономического благополучия. Поэтому, столкнувшись с экономическими сложностями, политики и чиновники предлагали решительно отставить в сторону заботу о культуре и заняться решением по-настоящему серьезных экономических и социальных вопросов. Новая риторика перевернула эти аргументы, поставив ситуацию с ног на голову (или, как сказали бы ее сторонники, с головы на ноги).

В ситуации тяжелого кризиса, в которой культура вынуждена была защищать свои позиции, рождались новые аргументы

в защиту культуры, адресованные людям, принимающим политические и финансовые решения. В целом, эти аргументы можно свести к следующей формуле: культура, не будучи сама ни экономической силой, ни социальной службой, является при этом важнейшим катализатором¹ социального и экономического развития. По этой причине ее нужно поддерживать не только в спокойные и изобильные времена, но и (тем более) в ситуации кризиса.

Конкурентоспособность городов и регионов

Одним из эффектов глобализации, проявившихся в последней четверти XX века, стало возросшее значение городов. Если прежде главными действующими лицами на международной экономической сцене были страны, то теперь все чаще конкуренция разворачивалась между городами — при этом неважно, находящимися в одной стране или в разных странах. В частности, в 1980-е — 1990-е годы принципиальное значение имело то, как преуспевающие в прошлом промышленные города и регионы справлялись с кризисом деиндустриализации. Зажатая в тисках этого кризиса культура должна была или уйти в тень до лучших времен, или найти свое место и сыграть свою роль в этой драме.

При этом нужно учитывать то обстоятельство, что города и регионы были в определенном смысле свободны от необходимости цементировать с помощью культуры национальное самосознание — это было приоритетом столиц и центральных правительств. Поэтому, сохраняя поддержку культуры, власти на местах должны были модифицировать инструментальную функцию этой сферы, поставив ее на службу своим интересам. В итоге сформировалось понимание, что культура может и должна участвовать в работе по преодолению кризиса и в дальнейшем способна играть ключевую роль в экономическом и социальном развитии городов и регионов.

¹ Часто можно также встретить формулу «двигатель развития», но «катализатор» — более точная метафора. В химии катализатор — это вещество, ускоряющее химическую реакцию. То есть катализатор в реакции непосредственно не участвует, но создает благоприятные условия для ее протекания.

Культура как инструмент маркетинга территории

За что же конкурируют города и регионы в условиях глобализации и возросшей мобильности людей и капиталов? Если коротко, они конкурируют за привлечение: (1) людей, (2) бизнесов и (3) финансовых потоков. Эти три вида ресурсов стали в конце XX века решающими для преодоления кризиса и экономического благополучия территорий. Для их привлечения требуется наглядно продемонстрировать преимущества данного города или региона по сравнению с другими территориями. В этом, собственно, и заключается маркетинг территории, и для этого в качестве эффективного инструмента может использоваться культура [Визгалов, 2008].

Как же описывают сторонники этой концепции инструментальную роль культуры? Культура участвует в создании городской идентичности. Она позволяет «поместить город на карту», сделать его узнаваемым. Образы исторических памятников и современных культурных достижений складываются в символический портрет города, проецируемый вовне, создают уникальный и привлекательный образ города в информационном пространстве. В то же время богатая культурная среда и активные культурные институты делают жизнь в городе удобной, разнообразной и осмысленной. Это обеспечивает привлекательность города не только для туристов, но также и для компаний и специалистов, которые задумываются о переезде сюда, нередко с семьей.

Культура, таким образом, вовсе не является неоправданной роскошью. Она способствует повышению экономической конкурентоспособности городов, выступая в роли катализатора, облегчающего создание позитивного инвестиционного климата, необходимого для привлечения туристов², квалифицированных специалистов, успешных компаний и финансовых вложений в городскую или региональную экономику.

² Туризм и, в частности, культурный туризм получил развитие в последней четверти XX века не только потому, что существенно возросла мобильность населения, но также и по той

Культура как инструмент социальной политики

То обстоятельство, что культура способствует созданию идентичности города или региона, важно не только для внешнего наблюдателя, который оценивает город с точки зрения туристической привлекательности или размещения здесь бизнеса и инвестиций. Это важно также и для местных жителей. Чем ярче и рельефнее городской бренд, чем богаче наследие и современные культурные достижения региона, тем больше оснований у людей гордиться местом, где они живут³.

Если же население города или региона культурно неоднородно, если в нем соседствуют разные (необязательно компактно проживающие) культурные сообщества, тогда городская культурная политика может быть также нацелена на создание между ними продуктивного диалога. С помощью такого диалога можно, в частности, снимать социальное напряжение и даже модерировать социальные конфликты. А возвращаясь к экономической теме, можно утверждать, что гармоничное, сплоченное городское сообщество является одним из необходимых условий экономического роста.

Дистанцирование культурных институтов от государства

Аргументы в защиту культуры, основанные на ее способности служить одним из инструментов преодоления экономического и социального кризиса, были услышаны властями различных уровней, принимавшими решения о финансировании

причине, что многие города и регионы увидели в нем стратегический ресурс для развития постиндустриальной экономики. [Макканелл, 2016].

³ В книге Франсуа Матарассо подробно исследуется влияние участия в культурной деятельности на развитие местных сообществ [Matarasso, 1997].

антикризисных программ. С помощью новой риторики организации культуры смогли в некоторой степени защитить свои бюджеты.

Однако из-за общей нехватки бюджетных средств государственная поддержка культуры все-таки неуклонно сокращалась. Городские и региональные власти уже не могли в полной мере выполнять по отношению к сфере культуры финансовые обязательства, которые еще недавно казались незыблемыми⁴. В этой ситуации администрации разного уровня дистанцировались от культурных институтов, предоставляя им значительную автономию. Сфера культуры, которая прежде выступала как органическая часть государственного аппарата, получала относительную самостоятельность, хотя государство и продолжало частично ее финансировать.

В частности, это выразалось в том, что культурные институты, еще недавно бывшие государственными (или муниципальными) организациями, то есть, по сути, органами государства, меняли свою юридическую форму и превращались в фонды или трасты — в зависимости от законодательства конкретных стран, — то есть в независимые самоуправляемые организации. Управляли такой организацией теперь уже не вышестоящие инстанции — например, городские или региональные администрации, — а правления или попечительские советы, которые назначали директора, утверждали стратегию организации и, в частности, несли ответственность за расходование поступавших на счет этой организации государственных средств. Государство продолжало поддерживать такие организации субсидиями — в заранее оговоренных объемах, — а также грантами, которые могли выделяться по специальным программам на конкурсной основе.

Таким образом, государство и культура заключили своего рода пакт: меньше денег от правительства, но больше независимости взамен. В чем же заключалась независимость организаций культуры? Прежде всего, в возможности самостоятельно формировать свою повестку, формулировать миссию, искать соб-

⁴ В действительности это касалось всей социальной сферы и отражало кризис концепции «государства всеобщего благосостояния».

ственную аудиторию, вступать в разнообразные партнерства и, не в последнюю очередь, изыскивать дополнительные ресурсы, в том числе финансовые средства, которые могли бы компенсировать снижение государственного финансирования. Иначе говоря, с этого момента культурные институты становятся не только самостоятельными субъектами в сфере культуры, но и экономическими субъектами⁵.

Многоканальное финансирование

Система финансирования культуры, сложившаяся в этот период, до сих пор является базовой в большинстве европейских стран. Сокращение ресурсов, вызванное снижением государственного финансирования, нужно было каким-то образом компенсировать. Что же могло стать источником альтернативного поступления средств в бюджет организаций культуры?

Было два типа таких источников. Первым была коммерческая деятельность самих организаций культуры, то есть прибыль от продажи культурных продуктов и услуг различным категориям потребителей, которые в сфере культуры обычно именуется аудиториями. Чтобы начать двигаться в этом направлении, организации культуры должны были критически осмыслить ассортимент своих продуктов и услуг, выделить целевые аудитории и взять на вооружение современные средства маркетинга и бизнес-планирования. В конечном счете, требовалось ответить на два кардинальных вопроса: что мы предлагаем (помимо входных билетов) и кому мы это предлагаем. И задавать себе эти вопросы вновь и вновь, расширяя ассортимент и углубляя представления о потребностях различных сегментов аудитории, повышая таким образом доходы организации.

Вторым возможным альтернативным источником финансирования стало привлечение средств частного сектора, то есть поступления от индивидуальных и корпоративных

⁵ Марк Пахтер и Чарльз Лэндри описывают период 1980-х — 1990-х годов как «поворот к экономике» [Pachter, Landry, 2001, pp. 54–56].

спонсоров и благотворительных фондов. Это направление требовало развития навыков фандрейзинга, то есть развития взаимовыгодного сотрудничества с коммерческими и некоммерческими партнерами⁶.

Итак, в системе многоканального финансирования тремя основными источниками поступления средств в бюджет организации культуры являются: (1) государственные субсидии (а также государственные гранты, которые выдаются на конкурсной основе), (2) доходы от собственной коммерческой деятельности и (3) поступления от спонсоров и благотворительных фондов. Наверное, в идеальном мире вклад этих источников в бюджет организации культуры может быть приблизительно равным, то есть каждый может составлять одну треть доходной части бюджета. В реальности, однако, в странах Европы с их традициями государственного финансирования культуры второй и третий из этих источников в среднем до сих пор приносят несопоставимо меньше, чем поступления из государственного бюджета. Впрочем, это в значительной мере зависит от сектора, так как некоторые виды культурной деятельности являются более, а некоторые менее коммерчески успешными. Что же касается фандрейзинга, это направление всюду развивается очень медленно, в частности, потому, что здесь необходимо встречное движение со стороны бизнеса, одновременно осваивающего технологии спонсорства.

Как бы то ни было, финансовое планирование в условиях многоканального финансирования превращается в задачу со многими неизвестными и требует совершенно иного уровня компетенций, нежели планирование деятельности организации культуры в ситуации, когда единственным источником финансирования является государство.

⁶ Не вдаваясь в философию фандрейзинга, достаточно будет сказать, что спонсорство в современном понимании — это не безвозмездная финансовая помощь организации культуры со стороны бизнеса, а взаимовыгодная сделка, в которой обе стороны преследуют свои интересы.

От администрирования к менеджменту

Пока организации культуры получают финансирование только от государства, их руководство занимается в основном содержательными вопросами, то есть формированием культурного контента — будь то постановка спектаклей, создание музейных экспозиций, закупка книг и других изданий или составление программы концертов, — а также организацией доступа к этому контенту широкой публики — зрителей, посетителей, читателей или слушателей. Такую деятельность можно назвать администрированием организаций культуры. Но с появлением многоканального финансирования и обретением организацией относительной независимости круг обязанностей руководства значительно расширяется, а выполнение этих обязанностей требует совершенно новых компетенций.

Организацию культуры, которая обрела самостоятельность, можно сравнить с кораблем, вышедшим в открытое море, где нужно избегать штормов, ориентироваться по сложным навигационным приборам и прокладывать курс в зачистую незнакомых водах. Помимо финансового планирования, руководство организации должно заниматься маркетингом, то есть изучением публики, поиском новых аудиторий, планированием и продвижением новых продуктов и услуг, а также фандрейзингом, то есть привлечением средств из разнообразных негосударственных источников, поиском партнерств, позволяющих расширить ресурсную базу организации, и т.д. Само содержание деятельности по руководству организацией кардинально изменяется. На смену администрированию приходит менеджмент организаций культуры.

Новая профессия

Так в сфере культуры возникает необходимость в совершенно новых компетенциях. Где же их взять? Поскольку независимые организации культуры были вынуждены ступить на путь рыночного развития, в вопросах управления они начали ориентироваться на сферу бизнеса, заимствуя разработанные там принципы менеджмента и пытаясь скорректировать

их в соответствии со спецификой культурных организаций. Вначале они просто привлекали кадры из бизнеса, которые занимали в организациях культуры позиции, например, финансового директора или директора по развитию. Но постепенно стали появляться руководства и учебники по менеджменту в сфере культуры, и начала развиваться практика обучения менеджеров культуры в специальных тренинговых программах, а затем и в университетах.

Таким образом, менеджмент в сфере культуры — это относительно новая профессия, возникшая в Европе в 1980-е годы в связи с начавшимся массовым реформированием организаций культуры. В 1990-е годы, на волне перестройки и экономических реформ, эта профессия появляется и в России. Нужно понимать, что европейские эксперты, приносившие в этот период в Россию премудрости культурного менеджмента, сами открыли эту область знаний незадолго перед этим. Различие состояло лишь в том, что в западноевропейских странах были прочно укорененные традиции бизнеса, на которые могла ориентироваться культура, а новый российский бизнес и культурный менеджмент начали развиваться одновременно.

Двойственная миссия менеджеров культуры

Менеджеры культуры действуют одновременно в двух различных областях.

Во-первых, они действуют в условиях культурного рынка, где они оперируют такими понятиями, как продукты, услуги и потребители (аудитории). Частью этой деятельности является оказание услуг спонсорам.

Во-вторых, менеджеры культуры действуют в кооперации с органами власти различных уровней и, если они хотят получать государственное финансирование, должны идти навстречу приоритетам территориальных администраций — от национальной до региональной и муниципальной. Это означает, что они должны стремиться к достижению доступными им средствами (то есть средствами культуры) целей, которые

лежат за пределами культурной сферы, прежде всего — целей социального и экономического развития территорий. В этом и заключается сформировавшаяся в 1980-е — 1990-е годы инструментальная модель культурной политики.

Вопросы

1. Какими были традиционные аргументы в пользу государственной поддержки культуры? И на чем была основана новая риторика, утверждавшая важность поддержки культуры в ситуации кризиса?
2. В чем, на ваш взгляд, заключается маркетинг города или региона?
3. Какой вклад вносит культура в обеспечение конкурентоспособности территории?
4. В каких ситуациях культура может стать инструментом социальной политики?
5. В чем юридически выразилось дистанцирование культуры от государства?
6. Чем была обусловлена и в чем заключалась возросшая независимость культурных организаций?
7. Назовите основные элементы модели многоканального финансирования.
8. Когда и при каких обстоятельствах в Европе возникла профессия менеджера культуры? Когда эта профессия возникла в России?

Лекция 7

Исторические типы культурной политики — Инновационная (креативная) модель культурной политики — Пришествие постиндустриальной эры — Четыре промышленных революции — Новая экономика и роль креативности — Креативность: краткая библиография — Креативность и культура — Креативные индустрии — Структура отрасли — Креативная экосистема — Международное признание

В ходе преодоления описанного в предыдущей лекции кризиса и заполнения вакуума, возникшего в результате деиндустриализации Европы, культуре предстояло сыграть не только роль «катализатора» процессов экономического и социального возрождения городов и регионов. Как стало ясно к концу 1990-х годов, культура — точнее, заключенный в ней творческий потенциал — является также одним из ключевых элементов нарождающейся новой экономики. События конца XX века наглядно показали, что культура не просто создает условия для экономического роста и социального развития территорий, но и выступает в качестве активного экономического агента, органично встроенного в ткань постиндустриального производства. Эта неожиданно открывшаяся ипостась культуры стала основой новой модели культурной политики. Как и прежде, эта модель приобрела влияние в конце XX — начале XXI столетий, но не отменила предыдущие модели. Унитарная, плюралистическая и инструментальная модели остались как опции, которые по-прежнему могут выбрать (и нередко выбирают) различные субъекты культурной политики.

Пришествие постиндустриальной эры

XX век был последним веком индустриальной эры. Обычно, глядя изнутри эпохи, трудно предполагать, что она когда-то закончится, но ближе к концу столетия уже появлялись некоторые

признаки ее возможного заката. Например, в 1960-е — 70-е годы в США и Великобритании получило распространение движение в защиту «индустриального наследия»¹. Сам взгляд на промышленное производство как на «уходящую натуру» свидетельствовал о возможном скором завершении этого цивилизационного цикла и начале какой-то новой эры. Но какой? Что последует за эпохой индустриализма?

Об этом думали и писали мыслители конца XX столетия. Все еще ощущая себя жителями индустриального мира, они пытались заглянуть в, как им казалось, совсем недалекое будущее, чтобы разглядеть отличительные черты новой эпохи. Определение «постиндустриальный», родившееся тогда и бытующее до сих пор, вряд ли можно считать содержательным. «Постиндустриальное» общество — это всего-навсего общество, исторически следующее за индустриальным. Этот термин ничего не говорит нам о том, каким это общество обещает быть, но лишь сигнализирует о близкой или уже совершающейся трансформации.

Более содержательными были такие определения будущего уклада, как «век информации», «век электроники» или «космический век». Канадский философ Маршалл Маклюэн строил свой прогноз исходя из логики последовательно сменяющихся друг друга коммуникационных технологий. В соответствии с этой логикой, вначале в человеческой истории преобладала устная племенная культура, затем возникла культура письменная, сменившаяся печатной культурой. Следующий, грядущий век — век электронной культуры — во многом возвращает человечество к первоначальному состоянию, только вместо племенной культуры наступает время «глобальной деревни» [McLuhan, 1962; Маклюэн, 2003]. Эти идеи были сформулированы Маклюэном за тридцать лет до появления интернета, но, как отмечают многие авторы, никто лучше него не предвидел последствий цифровой революции. Например, для описания информационного поиска в век электроники Маклюэн предложил термин «серфинг», то есть «скольжение по поверхности», активно используемый сегодня для обозначения поискового поведения в интернете [Levinson, 1999].

¹ См., например: [Hudson, 1969; Hudson, 1971].

Еще одну попытку угадать основные черты постиндустриального будущего предпринял в последней четверти XX века американский философ и социолог Элвин Тоффлер. В книге «Третья волна», опубликованной в 1980 году, он разделил историю человечества на «волны»: первая «волна» началась 10 тысяч лет тому назад и была связана с возникновением аграрной цивилизации, вторая началась 300 лет тому назад и возвестила наступление промышленной революции, а появление третьей будет связано с «информационной революцией», уже наметившейся в отдельных развитых странах [Тоффлер, 2009]. Оба мыслителя — и Тоффлер, и Маклюэн — трактовали наступающую постиндустриальную эру как масштабную веку в истории человечества, как поистине геологический сдвиг, который обещает изменить лицо цивилизации.

Четыре промышленных революции

Термин «промышленная революция» ввел в обиход британский историк и философ Арнольд Тойнби². Однако, наряду с масштабным противопоставлением индустриальной и постиндустриальной эпох, сегодня сложилось и более детальное описание исторической последовательности технологических революций — включая и изобретения новейшего времени, — радикально изменяющих лицо нашей цивилизации. Всего насчитывают четыре промышленных революции.

1. Первая промышленная революция началась в 1780-е годы и была связана с изобретением парового двигателя. В результате этой революции развивается механизация производства и появляются железные дороги.
2. Вторая промышленная революция происходит во второй половине XIX — начале XX века и связана с появлением электричества. Возникает конвейерная технология, производство становится массовым, города преобразуются благодаря электрификации.

² Наиболее известно его 12-томное сочинение «A Study of History» (1934–1961). В русском переводе см. сокращенную версию: [Тойнби, 2001].

3. Третья промышленная революция приходится на 1960-е годы и связана с развитием электроники и полупроводниковых технологий. Появляются первые электронно-вычислительные машины, происходит автоматизация промышленного производства.
4. Четвертая промышленная революция разворачивается у нас на глазах и связана с развитием цифровых информационных технологий, появлением искусственного интеллекта, роботизацией, а также с успехами генной инженерии.

Таким образом, переход от индустриальной эпохи к постиндустриальной — это не одномоментное событие, а сложный многофакторный процесс, имеющий разнообразные экономические, социальные и культурные последствия. Нас здесь интересует прежде всего влияние этих трансформаций на культуру, а также возможное влияние культуры на эти трансформации.

Новая экономика и роль креативности

Не существует официальной даты наступления постиндустриальной эры, но если Маклюэн и Тоффлер говорили о ней в будущем времени, то читатель этих строк, скорее всего, считает себя жителем уже наступившей новой эпохи. Вероятно, переход от индустриального состояния экономики и общества к постиндустриальному, по крайней мере в Европе, происходит где-то на рубеже XX и XXI столетий, удачно совпавшем также и со сменой тысячелетий.

Из чего же складывается словарь самоописания уже наступившей постиндустриальной эпохи? Помимо унаследованной из XX века «информационной экономики», в начале XXI столетия можно часто услышать такие словосочетания, как «новая экономика» (которая очевидно противостоит «старой», то есть индустриальной), «глобальная экономика» (то есть экономика, которая не знает региональных или государственных границ), «цифровая экономика» (то есть предпринимательство, которое осваивает просторы интернета и умело использует возможности цифровых инструментов и технологий), «экономика опыта» (или «экономика переживаний», утверждающая, что в наши дни продаются и покупаются не товары или услуги, а опыт

проживания различных жизненных ситуаций), «экономика знаний» (своего рода усовершенствованная версия «информационной экономики») и, наконец, «креативная экономика».

«Креативность», «креативный» и иные производные от того же корня становятся в начале XXI века едва ли не самыми популярными терминами при описании различных видов деятельности. В этот период с ними могут соперничать разве что семантически близкие слова «инновация» и «инновационный». Говоря по-русски, речь идет о творческом подходе и о новаторстве, хотя кальки с английских понятий — *creativity* и *innovation* — быстро вытесняют домашнюю лексику из современной отечественной литературы. Как бы то ни было, мантра начала 2000-х звучит примерно так: креативность постоянно рождает инновации, и это отличает нынешнее состояние экономики и общества; креативные (инновационные) элементы в культуре, науке, бизнесе, городском планировании, туризме и т. д. — вот ключ к успеху в современном мире.

Креативность: краткая библиография

В первое десятилетие XXI века выходит бесчисленное множество публикаций, — как академических, так и популярных — так или иначе связанных с темой креативности. В этом потоке литературы выделим четыре книги, которые стали наиболее влиятельными и во многом определили интеллектуальную атмосферу эпохи:

- Charles Landry: *Creative city. A toolkit for urban innovators* (2000)
- John Hawkins: *Creative economy* (2001)
- Richard Florida: *The rise of the creative class* (2002)
- John Hawkins: *Creative ecologies* (2009)

Книга Чарльза Лэндри «Креативный город» существует и в русском переводе [Лэндри, 2005], так же как «Креативная экономика» Джона Хокинса [Хокинс, 2011] и «Креативный класс» Ричарда Флориды [Флорида, 2005]; а вот вторая книга Джона Хокинса, «Креативная экология» [Hawkins, 2009], пока еще не была издана на русском языке.

Чарльз Лэндри рассматривает креативность как базовый механизм стратегии городского планирования и развития

городов. Он обсуждает роль культуры и культурных институтов в городском развитии, но подчеркивает, что креативность не ограничивается только сферой культуры, что источником инноваций в городском планировании часто становится также техническая (инженерная), организационная и даже социально-политическая креативность.

Джон Хокинс показывает, как индивидуальная креативность изменяет экономические процессы создания добавленной стоимости. По его мнению, опора на креативность, воображение и способность рождать новые идеи сегодня важнее, чем опора на традиционные ресурсы, такие как земля, труд и капитал. Хокинс также понимает креативность широко, не ограничивая ее только сферой художественного творчества.

Ричард Флорида рассматривает проблему креативности в социологическом ракурсе. Подобно Карлу Марксу, провозгласившему в свое время появление на исторической арене нового класса — пролетариата, — Флорида выступает как провозвестник нового, креативного класса, которому, по его мнению, принадлежит будущее. Определяя креативный класс, Флорида придерживается инклюзивной концепции: по его версии, к этому классу относятся не только творческие профессионалы, работающие в сфере культуры, но и инженеры, ученые, а также творческие представители бизнес-сообщества, медицинских профессий и т. д. Обращаясь к урбанистической проблематике и политике городского развития, он рассматривает современные города с точки зрения создаваемых в них условий для жизни и работы креативного класса и той роли, которую наличие креативных сообществ играет в конкурентоспособности городов.

В своей следующей книге — «Креативная экология» — Джон Хокинс сосредоточил внимание на условиях, которые необходимы для раскрытия экономического потенциала креативности. В частности, он рассматривает влияние на успех креативной экономики в конкретном регионе таких факторов, как наличие свободы слова, характер системы образования, распространенные паттерны сотрудничества, принятые модели менеджмента, стратегия развития городов и распространение интернета. По его мнению, политика развития креативной экономики должна строиться с учетом этих факторов.

Креативность и культура

Выделение креативности (то есть индивидуального творческого начала, способного производить инновации) в качестве ключевого элемента современной экономики заставляет задать вопрос, всегда ли творчество связано с культурой. Как мы видели, все авторы ключевых концепций считают, что креативность не ограничивается сферой культуры и что инновации могут также рождаться в науке, инженерном проектировании, бизнесе, городском планировании, медицине и даже в бюрократической деятельности³. Вместе с тем, творческий подход, укорененный в культуре (то есть прямо связанный с работой творческих профессионалов, традиционно представленных в сфере культуры), распространяется сегодня на очень широкий круг видов деятельности, в том числе и тех, что прежде не относились к культуре, например, на промышленный дизайн.

Еще один вопрос заключается в том, есть ли в современном мире место для «старых», традиционных отраслей экономики, сложившихся в индустриальный период. И здесь нужно признать, что мы живем в многоукладном мире. Традиционные отрасли, несомненно, существуют (кто-то же должен производить текстиль или сталь), хотя, как мы отметили в предыдущей лекции, их география изменилась: одни страны или города (еще не вошедшие в «постиндустриальный клуб») выходят на международные рынки преимущественно с традиционной промышленной продукцией, в то время как другие (те, в которых постиндустриальная трансформация уже совершилась) «продают воздух», то есть предлагают остальному миру идеи, проекты, технологии и т. п. — продукты в основном «бестелесные», производство которых опирается в первую очередь на ресурс креативности. Кроме того, креативность не замыкается только на предприятиях, относящихся к новой экономике: новые технологии,

³ Этому посвящена одна из относительно недавних публикаций Чарльза Лэндри [Landry, Caust, 2017]. Кроме того, начиная с 2018 года, в Берлине ежегодно проводится Фестиваль креативной бюрократии (Creative Bureaucracy Festival) [Фестиваль креативной бюрократии]. Летом 2024 года он проходил уже в седьмой раз.

в том числе управленческие, экологические и т. д., проникают и в традиционные отрасли, которые существенно трансформируются под действием креативных отраслей.

Что же касается новой, постиндустриальной экономики, то в ней сегодня можно выделить три основных сектора:

- К первому сектору относятся так называемые бизнес-сервисы. Это банки, биржи, инвестиционные фонды, другие финансовые институты, а также страховые компании, компании, занятые в электронной коммерции, логистике и т. д.;
- Второй сектор составляют так называемые наукоемкие отрасли. К ним относятся такие направления, как фармацевтика, генетическая инженерия, информационные технологии, нанотехнологии и т. д.;
- А вот третий сектор новой экономики уже прямо или косвенно связан с культурой. Этот сектор получил название «креативных индустрий»⁴.

Что же такое креативные индустрии и как они соотносятся с тем, что обычно называют сферой культуры?

Креативные индустрии

В 1997 году, после долгого перерыва, к власти в Великобритании пришли лейбористы. Новому правительству, которое возглавил Тони Блэр, нужны были свежие идеи, и одной из таких идей стала поддержка отраслей экономики, прямо или косвенно связанных с культурой, а вернее — с ее творческой составляющей. Эти отрасли получили название «креативных индустрий». Логика, положенная в основу политики поддержки креативных индустрий, существенно отличалась от логики, принятой при прежнем правительстве. Если прежде культуру рассматривали как «катализатор», создающий благоприятные условия для развития экономики и возрождения (ревитализации) городов,

⁴ Надо заметить, что английское *industry* означает просто «отрасль». То есть креативные индустрии — это определенные, основанные на креативности отрасли или секторы экономики — не больше и не меньше.

то теперь в ней готовы были видеть неотъемлемую часть механизма развития нового, постиндустриального производства.

Чтобы убедить правительство в целесообразности политики поддержки креативных индустрий, в 1997 году при Департаменте культуры, медиа и спорта (DCMS) была создана рабочая группа, которая должна была оценить значение этого сектора, его вклад в экономику страны, перспективы и проблемы его развития, а также обозначить приоритеты государственной политики в этом секторе. Спустя год эта группа представила правительству доклад, получивший название «Результаты картирования 1998»⁵ и содержавший выполненный в рекордные сроки макроэкономический анализ отрасли⁶.

На основе этого доклада в 1998 году Департамент культуры, медиа и спорта принял первое официальное определение креативных индустрий: «Креативные индустрии — это отрасли, которые базируются на индивидуальных творческих способностях, умениях и талантах и обладают потенциалом, способствующим экономическому росту и расширению рынка труда путем создания и эксплуатации интеллектуальной собственности». В комментариях к этому определению отмечалось, что в креативных индустриях преобладают малые и средние предприятия и что их деятельность предполагает сотрудничество творческих профессионалов (которые вкладывают в производство свой талант) и предпринимателей (рыночных профессионалов, умеющих извлекать прибыль из добавленной стоимости, полученной благодаря таланту) [Pratt, 2005].

Если определение могло показаться не очень ясным, то прилагавшийся список отраслей, поддержка которых становилась отныне приоритетом правительства, был вполне конкретным. По версии 1998 года⁷, в состав креативных индустрий входили:

- 5 Department of Culture, Media and Sport. (1998) Creative Industries Mapping Document.
- 6 20 лет спустя Джонатан Гросс восстановил в деталях обстоятельства работы этой группы, поговорив с ее участниками [Gross, 2020].
- 7 Впоследствии в этот список вносились незначительные коррективы. Следующее картирование британских креативных

- реклама;
- архитектура;
- рынок предметов искусства и антиквариата;
- ремесла;
- дизайн;
- мода;
- кино и видео;
- компьютерные игры;
- музыка;
- исполнительские искусства;
- издательское дело;
- компьютерные программы;
- телевидение и радио.

Структура отрасли

Что же мы видим в этом списке? Во-первых, в нем присутствуют традиционные виды искусства, такие как визуальные и исполнительские искусства, танец, кинематограф и т.д. Однако эти области представлены, так сказать, в своей экономической, рыночной инкарнации. Во-вторых, в списке есть области предпринимательства, выходящие на более широкие рынки, например, реклама, архитектура, издательское дело, дизайн, мода и т.д.⁸

Важно, однако, что во всех этих областях решающую роль играет «талант», то есть креативные возможности конкретных участников производственного процесса. И если это очевидно, например, в случае танца или кинопроизводства, то во многих других случаях такой взгляд на вещи оказался неожиданным.

индустрий состоялось в 2001 году. Затем эта процедура стала регулярной.

⁸ Первую из этих групп отраслей часто называют «культурными индустриями», чтобы отличить от отраслей второй группы, то есть от собственно «креативных индустрий». В литературе часто встречается формула «культурные и креативные индустрии» как собирательный термин для всего спектра секторов креативной экономики.

Взять хотя бы рекламу. В самом деле, реклама — это вспомогательный инструмент бизнеса, предназначенный для интенсификации продажи товаров или услуг. То есть вещь абсолютно прагматическая и как бы техническая. Но вместе с тем талантливая реклама выполняет свою роль не в пример лучше, чем бесталанная. В этом смысле деловые качества рекламы, ее эффективность зависят прежде всего от работы художников (неважно, графиков или мультимедиа-художников) и авторов текстов, которые в этой области называются «копирайтерами».

Или взять индустрию моды. С одной стороны, здесь речь идет об абсолютно прагматических вопросах производства удобной и функциональной современной одежды, но с другой, совершенно ясно, что залогом успеха в этой отрасли является творческий взгляд и фантазия художника.

Принципиально важно, что все перечисленные выше секторы креативной экономики устроены по-разному. В них задействованы разные профессионалы и институты, структура их деятельности и актуальные проблемы развития совершенно различны⁹. Неслучайно в докладе рабочей группы характеристики тринадцати секторов рассматриваются по отдельности, и лишь затем делаются выводы об их суммарном вкладе в национальную экономику. Сам факт, что правительство прежде не обращало внимания на креативные индустрии, может объясняться, в частности, тем обстоятельством, что никто до этого не рассматривал их как единое целое. Но в результате анализа их суммарных макроэкономических характеристик выяснилось, что это не только одна из самых значительных отраслей экономики, вполне сопоставимая по своим показателям с традиционными отраслями, но также и самая быстроразвивающаяся отрасль.

⁹ Как будет показано несколько лет спустя, «удельный вес» креативности — в соотношении с фиксированными технологиями — тоже варьирует от сектора к сектору. Исследование, проведенное в 2013 году по заказу фонда Nesta, продемонстрировало, что разные отрасли креативной экономики имеют различную «интенсивность креативности», измеряемую, в частности, соотношением «творческих» и «нетворческих» рабочих мест [Bakhshi et. al., 2013].

Приведем некоторые обобщающие данные, полученные в ходе второго раунда картирования сектора креативных индустрий Великобритании, осуществленного в 2001 году. По подсчетам DCMS, креативные индустрии произвели в 2001 году 8.2% валовой добавленной стоимости. Между 1997 и 2001 гг. сектор творческих индустрий демонстрировал ежегодный рост на 8%. Экспорт продуктов творческих индустрий в 2001 году составил £11.4 млрд, т. е. 4.2% всего британского экспорта. За период с 1997 по 2001 годы экспорт продуктов творческих индустрий демонстрировал ежегодный рост на 15%. К июню 2002 года число рабочих мест в креативном секторе составило 1.9 млн, и в нем было зарегистрировано 122,000 компаний.

Креативная экосистема

При всех различиях в устройстве отдельных секторов креативной экономики, между ними возникают интенсивные взаимодействия, обусловленные символическим характером используемых в них ресурсов, провоцирующим сюжетные, стилистические и технологические переключки, интервенции, а также различные формы междисциплинарной кооперации. Помимо различных производственных цепочек, образующихся на микроуровне (графический дизайнер рисует обложку для CD, записанного музыкантом; издатель печатает каталог художественной выставки и т. д.), возникают и масштабные виды взаимодействия между секторами. Так, музыкальная индустрия оказывается востребована и получает отклик в таких областях, как театр или танец, литература — в кино, кино — в компьютерных играх, а производители (и заказчики) рекламы, фактически, содержат телевидение и радио и, в значительной степени, газеты, журналы и интернет-медиа. Интенсивное развитие в одних секторах креативной экономики быстро приводит к различным побочным эффектам и «эффектам переливания» в соседних секторах. Например, одним из последствий развития кинопроизводства иногда становится кинотуризм — посещение мест, в которых происходит действие популярных фильмов. Также несомненным трендом является сегодня создание своего рода «миров» или

«вселенных», объединяющих их создателей и потребителей (или обитателей) через книгу, фильм, мерчандайзинг, модный тренд, социальные сети и т. д.

Следует подчеркнуть, что, когда мы говорим о креативных индустриях, речь идет не о талантливых бизнесменах, финансистах или инженерах (хотя они тоже существуют), но о творческих профессионалах, то есть о людях, которые принадлежат сфере культуры или вышли из нее, чтобы применить свои таланты в других областях. Инженер придумывает механизмы, благодаря которым работает современный автомобиль, но силуэт автомобиля, его салон придумывает дизайнер, получивший так или иначе художественное образование. Действующие в сфере культуры образовательные институты — художественные и музыкальные школы, консерватории, академии искусств и т. д. — являются таким образом неотъемлемой частью того, что можно назвать креативной экосистемой.

Другую часть этой экосистемы составляют традиционные культурные институты. В самом деле, творчество, предполагающее создание чего-то принципиально нового, не происходит в культурном вакууме. «Новое» создается в диалоге со «старым». Оно и является «новым» только на фоне «старого». Чтобы на культурной сцене появился новатор, нужен либо оппонент-традиционалист, либо традиционные декорации, оттеняющие новизну действия. Традиционные музеи, театры, библиотеки и филармонии служат поэтому точкой отсчета и одновременно фоном, питательной почвой или средой для любой и всякой художественной креативности¹⁰. Недаром лондонский Музей Виктории и Альберта, обладающий крупнейшей в мире коллекцией декоративно-прикладного искусства, называет одной из своих целевых аудиторий представителей креативных индустрий¹¹.

¹⁰ Анализируя природу «нового» в культуре, Борис Гройс предлагает рассматривать инновацию как «акт негативного следования традиции» [Гройс, 2015].

¹¹ Музеи и библиотеки, несомненно, являются частью креативной экосистемы (или, если угодно, частью инфраструктуры креативной экономики). Другой вопрос, являются ли они сами креативными предприятиями. Это интересная пробле-

Фокусируя внимание на креативных индустриях, мы вовсе не умаляем (как это может показаться) значение традиционных некоммерческих форм бытования культуры. Традиционные «ламповые» (то есть не обязательно цифровые) образовательные и культурные практики, в отсутствие которых креативная экономика просто потеряет точку опоры, являются таким же важным звеном креативной экосистемы, как и успешные креативные предприятия.

Международное признание

Уже в начале 2000-х годов развитие креативных индустрий стало приоритетом экономической и культурной политики во многих странах — не только в Европе, но и во всем мире, — и получило международное признание на уровне Организации Объединенных Наций (ООН). В последующие годы и десятилетия организации, действующие под эгидой ООН, такие как Программа развития ООН (UNDP), Конференция ООН по торговле и развитию (UNCTAD), а также ЮНЕСКО публиковали регулярные доклады о развитии культурных и креативных индустрий и состоянии креативной экономики в глобальных масштабах. В частности, по данным UNCTAD, креативные индустрии являются одним из наиболее быстро растущих во всем мире секторов экономики, в котором работают 3–5% всех занятых. В целом мировая статистика в данной области может быть не такой впечатляющей, как статистика Великобритании и других европейских стран, однако рост креативного сектора наблюдается во всем мире. Как отмечает доклад UNCTAD / UNDP о состоянии креативной экономики 2010 года, этот тренд не смог остановить даже экономический кризис 2008 года [UNCTAD / UNDP, 2010]¹².

ма. По крайней мере, ни они сами, кажется, пока не готовы говорить о себе в таких терминах, ни правительства не готовы видеть их в этой роли.

¹² В первой главе этого многостраничного доклада — *Evolving Concepts and Definitions* (pp. 3–19) — блестяще изложены основные понятия креативной экономики, такие как культурные

В заключение приведем данные из доклада UNCTAD 2022 года, относящиеся к Российской Федерации: по состоянию на 2019 год креативные индустрии составили 2,4% российского ВВП; в этом секторе работали 4,9 млн человек, то есть 6,8% всех работающих граждан РФ [UNCTAD, 2022, p. 29].

Вопросы

1. В чем заключались и когда происходили четыре промышленных революции?
2. Считаете ли вы себя лично представителем «креативного класса»? Знакомы ли вы лично с представителями «креативного класса»?
3. Как вы думаете, существует ли между представителями креативного класса классовая солидарность?
4. В чем состоит различие культурных и креативных индустрий?
5. Как вы думаете, относятся ли к культурным и креативным индустриям наука и спорт; садоводство и кулинария; галерейный бизнес и коллекционирование?
6. С какими из приведенных ниже утверждений вы готовы согласиться?
 - Культура не способна поддерживать себя сама, но она должна получить поддержку как источник «общественного блага»
 - Культура — это индустрия досуга, такой же бизнес, как и все остальные; ей не нужна никакая поддержка — пусть все регулирует рынок
 - Культура занимает особое положение; ее необходимо поддерживать, т. к. она является катализатором экономического развития
 - Культура как источник креативности и инноваций играет уникальную роль; поэтому ее нужно поддерживать во что бы то ни стало

и креативные индустрии, креативный класс, креативный город, креативная экология и т. д. Эту главу можно смело рекомендовать как идеальное учебное пособие по данной теме.

Лекция 8

Культурная политика городов — Культурные зоны в исторической структуре городов — Примеры исторически сложившихся культурных кварталов — Событийные программы и городская «культурная география» — Новая генерация: «творческие кварталы» — Стратегический профиль креативного кластера — Культурный квартал как инструмент городского планирования

В первых трех лекциях речь шла о структуре и структурных типах культурной политики, а лекции с четвертой по седьмую содержали обзор исторических типов культурной политики. В обоих разделах мы касались политики развития городов, но теперь рассмотрим ее более пристально. Традиционно развитие городов регулировалось в политических и пространственных категориях, а по мере появления водопровода, канализации, электричества и т. д. также в категориях инженерных. При этом двигателем городского развития были как политические, так и хозяйственные, экономические процессы, и они же создавали водоразделы между сословиями, классами и различными социальными группами. Таким образом, картина городского развития описывалась обычно в градостроительных, экономических и социальных терминах, и в этих же терминах формулировались намерения, направленные на развитие городов, то есть городская политика. Где же в этом контексте место культуры? И какую она может играть роль в стратегиях городского развития — в особенности в наши дни, когда происходит трансформация индустриальных городов в постиндустриальные? Об этом пойдет речь в следующих двух лекциях.

Культурные зоны в исторической структуре городов

Традиционная планировка европейского города эпохи Возрождения предполагает наличие городского центра с главной площадью, где встречаются все сословия. Эта площадь является политическим центром, так как на нее выходят фасады городской администрации. Но она также служит и религиозным центром, так как на ней стоит главный городской храм, торговым центром, так как на ней или вблизи нее устраиваются торговые ряды, и рекреационным центром, так как здесь действуют уличные театры, а позднее строится и здание городского театра. Неподалеку располагается и образовательный центр — университет или другие учебные заведения, — а также городской музей и библиотека.

По мере роста городов, экономическая и культурная инфраструктура растет, множится и дублируется в отдаленных районах, однако центральный культурный кластер, включающий основные городские культурные институты, не теряет своего значения. Его роль, в значительной мере символическая, состоит в демонстрации единства городского сообщества, объединившегося не только вокруг власти, религии, экономики и образования, но также и вокруг определенных культурных ценностей.

В индустриальную эпоху в городах возникают промышленные зоны и деловые кварталы, которые, в свою очередь, специализируются, множатся и нередко со временем изменяют свой профиль. Само понятие городского центра диверсифицируется, в городе появляются разные точки притяжения и, соответственно, разные места концентрации потоков жителей и приезжих. Важным элементом города становятся рекреационные зоны, в особенности парки, которые как бы уравнивают индустриальное урбанистическое начало, противопоставляя ему природу, пусть и ненастоящую, культивированную, вводят в ткань города условные, символические элементы сельского ландшафта — как напоминание о доиндустриальной, аграрной эпохе, которая романтизируется в сознании горожан, приобретая черты «райского сада».

Зачастую парки соединяются с университетами, но также и с организациями культуры — музеями, театрами, библио-

теками, концертными залами. Таким образом рекреационная функция сопрягается с образовательной и культурной, и в городе возникает особая зона, не являющаяся ни производственной, ни жилой, но неизменно привлекающей посетителей. К этому добавляются бывшие аристократические резиденции — усадьбы, особняки, дворцы, часто также окруженные парками, — которые со временем, сплошь и рядом, превращаются в музеи. Именно так в ходе исторического развития городов появляются естественные культурные, в частности, музейные кварталы. Как правило, они складываются десятилетиями, иногда веками, и становятся привычным элементом городского ландшафта.

Примеры исторически сложившихся культурных кварталов

Так, в Берлине путеводители выделяют четыре «музейных квартала», в том числе знаменитый «Музейный остров» на реке Шпрее. В Стокгольме вся северная часть городского центра, примыкающая к заливу, представляет собой череду окруженных парками музеев, в число которых входят Национальный музей, Музей корабля «Ваза» и первый в мире музей под открытым небом «Скансен». На Музейной площади в Амстердаме расположены важнейшие музеи Нидерландов — Рийксмузеум, Музей Ван Гога и Музей Стеделийк; рядом находится и крупнейший в стране концертный зал.

В Вашингтоне одиннадцать музеев, входящих в структуру Смитсоновского института, расположены вдоль Национального мола — широкой аллеи, которая начинается у подножия Капитолия и идет до Мемориала Линкольна. «Музейная миля» в Нью-Йорке, протянувшаяся вдоль Пятой авеню у восточной границы Центрального парка, включает десять музеев, в том числе такие всемирно известные музеи, как Метрополитен и Музей Гуггенхайма. Лондонская «Музейная миля» — это десять культурных организаций, включая Британский музей и Британскую библиотеку, расположенных в непосредственной близости друг от друга. Еще один «музейный квартал» в Лондоне находится на южной оконечности Гайд-парка в райо-

не Exhibition Road — на месте знаменитой Всемирной выставки 1851 года — где сегодня расположены Музей Виктории и Альберта, Музей науки, Музей естественной истории и еще целый ряд культурных организаций.

Впрочем, некоторые музей-гиганты, такие как Лувр в Париже или Эрмитаж в С.-Петербурге, сами по себе занимают огромные территории и вполне могут соперничать — по протяженности и сложности внутреннего устройства — с иными «кварталами», состоящими из множества музеев и других традиционных культурных центров.

В Москве планируется расширение Государственного музея изобразительных искусств им. А. С. Пушкина, превращение его, в соответствии с замыслом его создателя И. В. Цветаева, в «Музейный городок». Появляются и более масштабные проекты, предлагающие рассматривать этот музей как часть более протяженной московской «музейной мили», ось которой условно начинается от Музея Москвы, расположенного в Провиантских складах на Садовом кольце, и идет вдоль Пречистенки и Остоженки к стенам Кремля. В этом секторе Москвы расположены несколько важных музеев, включая музеи А. С. Пушкина, Л. Н. Толстого, А. И. Герцена, И. С. Тургенева, а также Российская государственная библиотека.

Все это — примеры исторически сложившихся музейных кластеров или кварталов. Их известность служит как предметом внимания и гордости местных жителей, так и магнитом для приезжих и туристов, ибо они по праву являются «визитными карточками» своих городов. Такие кварталы включают музеи самого разного профиля, а порой и другие, не только музейные организации культуры, и именно это разнообразие, этот широкий диапазон «культурного предложения» становится одной из характерных особенностей, привлекающих посетителей.

Работа по обустройству этих кварталов продолжается и в наше время, причем направлена она в основном на создание общей инфраструктуры, развитие городской среды в пространстве между музеями, создание там своих «улиц», «аллей», «площадей» и «бульваров», обеспечение все новых услуг и возможностей для посетителей. Благодаря этому музейные (и, шире, культурные) кварталы становятся самостоятельными и самодостаточными районами города, где люди могут проводить свое

свободное время, оставаясь надолго, находя все новые привлекательные сюжеты и занятия и не испытывая ни в чем нужды.

Событийные программы и городская «культурная география»

Другая линия развития — создание «сквозных» программ и событий, объединяющих различные организации, которые находятся в одном «культурном квартале» или, по крайней мере, в относительной близости друг к другу. Примером может служить Фестиваль Музейной мили, который, начиная с 1979 года, проводится ежегодно в июне в «музейном квартале» Нью-Йорка. Во время фестиваля посещение всех музеев бесплатно, каждый из них предлагает особую программу, в том числе и вне стен музея, а движение транспорта на Пятой авеню в этот день останавливается.

Впоследствии в мире возникают и другие начинания, связанные с выходом музеев за свои стены и попыткой найти для музейной деятельности какие-то нестандартные режимы и формы. Так, «Музейная ночь» впервые прошла в 1997 году в Берлине, а сегодня стала своеобразной формулой музейного фестиваля, популярной во всем мире. Первым российским музеем, который еще в 2002 году открыл на всю ночь свои двери для публики, был Красноярский музейный центр. В 2007 году «Музейная ночь» была объявлена как официальное мероприятие московских властей; в 2008 году к этой инициативе присоединился С.-Петербург.

Примечательно, что в том же 1997 году в Тольятти состоялось событие, получившее название «Музейный пикник». По замыслу устроителей, раскинувшийся перед Тольяттинским краеведческим музеем огромный то ли газон, то ли луг (но уж точно не площадь, ибо в те годы не наблюдалось никаких попыток архитектурно осмыслить или упорядочить эту случайно образовавшуюся на карте города «поляну») превратился на один день в ярмарку городских инициатив¹.

¹ Замысел проекта принадлежит Людмиле Михайловне Савченко, которая в то время была директором Тольяттинского краеведческого музея.

Почему берлинская «ночь», а не тольяттинский «пикник» стала тем проектом, который из новаторского начинания быстро превратился в один из международных стандартов музейной деятельности? Трудно сказать, потому что потенциал «пикника», судя по всему, был не меньше. В самом деле, в конце девяностых тольяттинский «Музейный пикник» прозвучал по всей России. Хотя «пикник» был направлен прежде всего на местное сообщество, он стал, безусловно, самым резонансным проектом Тольяттинского краеведческого музея, принесшим ему славу в национальных масштабах. О нем писала центральная пресса, его обсуждали на профессиональных форумах, он превратился в ежегодное событие и стал объединяющим проектом Ассоциации музеев Поволжья.

В «Музейном пикнике» сошлись несколько тенденций, характерных для своего времени. Во-первых, он был частью очень важного процесса «оживания» городских общественных пространств — прежде всего, пространств первых этажей зданий, стоящих вдоль улиц, но также и пространств пустырей, неустроенных дворов и других выморочных территорий, которых в любом постсоветском городе было предостаточно. Во-вторых, «пикник» ясно дал понять, что музей работает не только с неодушевленными коллекциями редкостей и древностей, но также и с людьми, что он существует для людей и является неотъемлемой частью сегодняшней живой культуры. Наконец, в-третьих, тольяттинский «пикник» стал точкой сборки городской проектной деятельности; он убедительно продемонстрировал, что музей может соединять традиции и инновации, создавать мосты между прошлым, настоящим и будущим.

Инициативу музеев подхватили и другие культурные институты. С 2012 года в Москве (а теперь уже и во многих других городах) проводится «Библионочь». В этой акции участвуют не только библиотеки, но также и книжные магазины, культурные центры, музеи и даже электронные библиотеки. В рамках «Библионочи» читатели могут встретиться с известными писателями, поэтами, критиками, публицистами и издателями, попасть на экскурсии в обычно закрытые фонды библиотек, принять участие в литературных квестах, конкурсах, викторинах и книжных ярмарках. С 2013 года в Москве проходит также «Театральная ночь». Ее программа включает разнообразные постановки, в

основном для молодежи, но также — экскурсии «за кулисы», в артистические гримерки, костюмерные и т. д.

Такого рода события позволяют не только привлекать внимание к уже существующим группам расположенных вблизи друг от друга культурных институтов. Они способны также создавать в городе новые связи, в том числе транспортные, указывая на потенциальные зоны, которые могут в будущем рассматриваться как «культурные кварталы». Это условное «культурное зонирование» города, пусть даже на один день (или на одну ночь) в году, подсказывает городскому сообществу новые пути освоения городской среды, а для городских властей является эффективным инструментом презентации и тестирования перспективных стратегий и планов городского развития.

Новая генерация: «творческие кварталы»

Важнейшим фактором развития в городах «культурных кварталов» стала перестройка экономики, ее переход с индустриальных на постиндустриальные рельсы, происходивший в ряде стран на рубеже XX–XXI столетий. С одной стороны, уход из городов тяжелой промышленности, а с другой, развитие новых, постиндустриальных отраслей экономики приводили к тому, что бывшие городские промышленные зоны освобождались, приходили в упадок, а затем вновь возрождались — уже как центры «новой экономики».

И поскольку широко понимаемое «культурное производство», получившее в этот период название «творческих индустрий», было одним из важных «столпов» постиндустриального развития, бывшие промышленные зоны нередко превращались в «творческие кварталы», где размещались архитекторы, дизайнеры, модельеры, компании, занимающиеся развитием мультимедиа технологий, представители рекламного бизнеса, словом, современные предприниматели, относящиеся к так называемому «творческому классу» [Флорида, 2005].

В этом процессе можно выделить две стадии и, соответственно, две разные модели организации «творческого квартала».

На первой стадии речь шла об отдельных конверсионных проектах, основанных на идее превращения бывших фабрик

или иных промышленных сооружений в центры современного искусства. Инициаторами такого рода проектов были, главным образом, региональные или муниципальные власти, которые, в основном, и финансировали эти начинания. Собственно, речь шла не столько о кварталах, сколько о создании новых институтов, противопоставленных по своей идеологии традиционным культурным институтам и использующих неожиданно высвободившийся пространственный ресурс промышленных построек. В 1980-е — 1990-е годы в Европе возникла целая генерация таких центров; они нередко объединялись в международные сети, чтобы обсуждать проблемы развития организаций данного типа².

Вторая стадия, которая начинается где-то на рубеже 1990-х — 2000-х годов, была связана с более масштабным и глубоким процессом освоения бывших промышленных территорий независимыми креативными предпринимателями. В результате такого освоения складывались так называемые «креативные кластеры», то есть те же «кварталы», где работали представители новой креативной экономики, но, в отличие от культурных центров предыдущей генерации, их обитатели сохраняли свою творческую и экономическую независимость. Эти постпромышленные культурные центры второй волны строились, в основном, не по модели единого культурного центра, а по модели бизнес-центра (или торгового центра), где «резидентам» предлагали площадь в аренду. Однако, в отличие от большинства бизнес-центров, у каждого «культурного кластера» существовала ясная политика отбора «резидентов», основанная на представлениях о «профиле» кластера, соотношении в нем закрытых и открытых, публичных и непубличных пространств и т. д.

Для самих представителей творческой экономики преимушества «компактного проживания» были обусловлены, во-первых, экономическими соображениями, так как цена

² Старейшей организацией такого рода является основанная в 1983 году *Trans Europe Halles* [Trans Europe Halles]. В 2002 году появилась также организация *Artfactories* [Artfactories], целью которой является обмен опытом, взаимная поддержка и сотрудничество мультидисциплинарных культурных центров.

аренды бывших промышленных помещений была, как правило, существенно ниже цены аренды в «нормальных» бизнес-центрах, а во-вторых, тем, что на территории «кластеров» создавалась особая творческая среда и атмосфера, благоприятная для такого рода деятельности. Кроме того, если в экономическую повестку местных или региональных властей входила в том или ином виде поддержка творческой экономики, то конкретные программы такой поддержки были направлены прежде всего на «творческие кластеры» и их обитателей.

Сегодня во всем мире существует огромное количество примеров конверсии бывших промышленных территорий и приспособления их для целей культурной деятельности и культурного производства. Из наиболее ранних и успешных случаев можно вспомнить лондонскую «Пивоварню» (*The Brewery*), «Творческий квартал» в Шеффилде или «Кабельную фабрику» в Хельсинки. В Германии самым масштабным примером постиндустриальной конверсии является долина Рура. Впрочем, последний проект, получивший название Эмшер Парк (*Emscher Park*), имеет такие грандиозные масштабы, что выходит далеко за рамки «кластерной» проблематики.

Эти и многие другие примеры свидетельствуют о том, что «производственная» функция успешно сочетается на таких площадках с функцией презентационной, а инновационные начинания с традиционными культурными институтами, и это делает «творческие кварталы» не только центрами творческих сообществ, но и популярными центрами, которые посещает современная городская публика — причем, как местные жители, так и приезжие.

Стратегический профиль креативного кластера

Креативные кластеры создаются на наших глазах, стремительно развиваются, диверсифицируются, трансформируются, иногда исчезают. Как формируется и чем определяется стратегия их развития? Чтобы ответить на этот вопрос, рассмотрим, из чего складывается стратегический профиль креатив-

ного кластера. Фактически, речь идет об инструменте, который позволяет — в исследовательской позиции — разграничивать различные типы кластеров, а в управленческой позиции — планировать и контролировать их успех.

Стратегический профиль задает направление формирования и развития креативного кластера по шести параметрам. К ним относятся:

- 1) политика отбора резидентов,
- 2) коммуникационная политика,
- 3) политика пространственного развития,
- 4) политика стимулирования контактов внутри кластера,
- 5) образовательная политика и
- 6) политика освоения окружающей территории.

Конкретные стратегические решения, принимаемые менеджментом креативного кластера в каждой из этих областей, в конечном счете определяют индивидуальность кластера и траекторию его развития. Иначе говоря, стратегия кластера предполагает ответы на следующие вопросы:

- Кто может быть резидентом кластера? Отдается ли предпочтение компаниям из одной области или из разных областей? Как долго резиденты «живут» в рамках кластера? Приветствуются ли сервисные компании?
- Как кластер представляет себя внешнему миру? Какой он создает имидж? Какова его брендовая политика? Всегда ли имидж кластера связан с историей места? Как бренд кластера взаимодействует с брендами компаний-резидентов?
- Какие типы пространств создаются внутри кластера? Как соотносятся в его структуре открытые и закрытые, рабочие и публичные, коммуникационные, презентационные, репетиционные и иные функциональные пространства? Из чего складывается общая инфраструктура кластера?
- Стремится ли менеджмент кластера стимулировать контакты между арендаторами? Развивает ли он собственные проекты? Организует ли кластер собственные события? В чем их цель? Как они планируются? Как соотносятся: собственные события кластера, события резидентов и внешние события, под которые арендуется площадка кластера?

- Приглашает ли кластер только прочно вставший на ноги бизнес или в нем есть также место для начинающих компаний? Является ли кластер креативным бизнес-инкубатором? Предлагает ли он программы поддержки, образовательные программы — для арендаторов или для широкой публики? Есть ли у кластера связи с университетами?
- Видит ли кластер себя как неприступную крепость или как часть местного сообщества? Что он делает, чтобы установить контакт с жителями окрестных районов? Есть ли специальные, направленные на это программы? Существует ли контакт с местной властью? Есть ли совместные программы, направленные на улучшение окружающей городской среды?

Понятый таким образом стратегический профиль креативного кластера может служить инструментом планирования и управления, исследовательским инструментом или инструментом бенчмаркинга.

«Культурный квартал» как инструмент городского планирования

«Культурные кварталы» складывались во многих городах исторически, на протяжении веков. Сегодня они стали предметом особого внимания городских властей, так как была осознана и получила обоснование их роль в формировании имиджа города, его социального благополучия и экономической конкурентоспособности. Помимо модернизации традиционных культурных институтов — музеев, театров, библиотек и концертных залов, — составляющих основу таких кварталов, большое внимание уделяется развитию в них сервисной инфраструктуры и комфортной городской среды.

Учитывая опыт модернизации исторических культурных кварталов, а также опыт развития креативных кластеров, градостроители получили возможность использовать «культурные кварталы» всех типов как инструмент развития городов.

Одним из наиболее известных примеров специально построенного «культурного квартала» является «Музейный квар-

тал» в Вене, открывшийся для посетителей в 2001 году. Венский «Музейный квартал» расположен в комплексе бывших королевских конюшен; его общая площадь составляет более 60 000 кв. м. По своим размерам он занимает восьмое место среди «культурных кварталов» всего мира. Архитектура барокко сочетается здесь с современными постройками и с авангардным дизайном, который используется, главным образом, для обустройства территории.

В венском «Музейном квартале» расположены несколько крупных музеев, таких как Музей Леопольда и Музей современного искусства Фонда Людвиг (MUMOK), но также — целая серия экспозиционных пространств для показа актуального искусства, детский музей ZOOM, архитектурный центр, центр современного танца, резиденции для творческих профессионалов и многое другое. Всего здесь находится более семидесяти организаций, работающих в различных областях культуры. Например, под крышей «quartier21» собраны агентства, представляющие разнообразные направления в области современного искусства. Кроме того, «Музейный квартал» является постоянной площадкой для проведения ряда известных международных фестивалей в различных видах искусства.

Организаторы «квартала» подчеркивают, что его деятельность не сводится к сумме его отдельных частей. Помимо деятельности, предлагаемой находящимися здесь культурными организациями, важную роль играют пространства дворов и переходов, кафе, рестораны и иные сервисные структуры, создающие для посетителя сложную и разнообразную среду.

По первоначальным прогнозам, ежегодная посещаемость венского «Музейного квартала» должна была составить 2,5 млн человек. Эта цифра была достигнута к 2005 году. В следующем десятилетии ежегодная посещаемость «Музейного квартала» превысила 4 млн человек.

Венский «Музейный квартал» имеет ряд особенностей, отличающих его от иных, исторически сложившихся «культурных кварталов», которые встречаются в крупных европейских городах. Во-первых, он был целиком задуман и создан на месте, где прежде не было музеев. Во-вторых, в нем музеи соседствуют с культурными институтами иных типов, например, с центром и фестивалем танца. В-третьих, здесь был изначально создан и поддерживается на протяжении многих лет

баланс между художественным наследием, представленным в коллекциях музеев, и различными направлениями современного искусства. Наконец, в-четвертых, культурное потребление сочетается здесь с культурным производством — иначе говоря, художники и артисты не только показывают в этом месте свои произведения, но они также их здесь создают.

Благодаря этим особенностям «Музейный квартал» в Вене стал очень заметным проектом, в котором сосредоточились тенденции культурного развития городов, оформившиеся на рубеже XX–XXI веков.

Венский «Музейный квартал» открыл дорогу целому ряду аналогичных проектов в других городах. По всему миру градостроители стали использовать «культурные кварталы» как инструмент городского развития. На сегодняшний день самым крупным из таких проектов является «Культурный район Западный Коулун» (West Kowloon Cultural District) в Гонконге³.

Создание в городах новых «культурных кварталов» преследует несколько целей. Первая — это обустроить полноценное место современного культурного досуга для горожан. Вторая — укрепить и развить творческий потенциал города, в том числе в той его части, которая непосредственно относится к творческому производству, способствует модернизации и диверсификации городской экономики, созданию конкурентоспособных культурных продуктов. Третья цель — повысить известность города и региона, поместить его на культурную карту благодаря созданию особой среды и атмосферы, способствующей продвижению образа города как уникального культурного центра. Ориентированные на эти цели городские стратегии мы рассмотрим в следующей лекции.

³ Созданная в 2013 году Глобальная сеть культурных районов (Global Cultural Districts Network, GCDN), членами которой являются и венский Музейный квартал, и Культурный район Западный Коулун, видит свою задачу в «улучшении качества городской жизни посредством развития культуры, искусства и креативных индустрий» [Глобальная сеть культурных районов].

Вопросы

1. Где, на ваш взгляд, находится в вашем городе городской центр? Существует ли одна такая зона или можно утверждать, что в вашем городе есть несколько (актуальных или потенциальных) центров?
2. Как исторически группируются в вашем городе традиционные культурные институты? Есть ли предпосылки для создания культурных кварталов? Что, по вашему мнению, нужно сделать, чтобы такие кварталы стали реальностью?
3. Представьте, что к вам приехали из другого города гости. Куда в первую очередь вы с ними пойдете, чтобы «показать город»? А во вторую очередь?
4. Есть ли в вашем городе заброшенные индустриальные территории? Знаете ли вы о планах их освоения? Присутствует ли среди таких планов идея конвертировать промышленные сооружения в культурные объекты?
5. Какие секторы креативных индустрий, на ваш взгляд, наиболее развиты в вашем городе?

Лекция 9

Культурная политика городов (продолжение) — «Мгновенный город» — Программа «Культурная столица Европы» — Городские культурные стратегии — Социальная стратегия — Стратегия городского брендинга — Стратегия ревитализации депрессивных районов — Стратегия развития креативных индустрий — Условия реализации городских стратегий

Мы продолжаем анализировать культурную политику городского уровня. Фактически, город — это минимальный (или близкий к минимальному) масштаб, в котором можно говорить о культурной стратегии как политике, то есть о целенаправленных изменениях в системе, обладающей достаточной сложностью, системе, в которой действуют культурные, социальные и экономические институты, многочисленные организации и индивиды, демонстрирующие широчайший спектр интересов и мировоззрений. Залогом успешности политики, преследующей позитивные цели развития города как такого сложного целого, является способность городских властей схематизировать это целое, чтобы ориентироваться на ограниченный набор интегральных показателей и иметь возможность ставить выполнимые задачи, направляющие конкретные шаги на пути развития. В прошлой лекции речь шла об осознании логики естественного пространственного развития культурных институтов внутри городского организма и превращении ее в действенный инструмент городского планирования. Теперь же рассмотрим некоторые масштабные мегапроекты, в рамках которых генерируются новые городские стратегии, и выделим несколько типов городских культурных стратегий, реально используемых в современных городах. Сравнительный анализ этих стратегий показывает, что они различаются не только целями, но также необходимыми ресурсами, кругом участников и вовлеченных в них групп интересов.

«Мгновенный город» (вместо эпитафии)

Группа молодых британских архитекторов «Архиграм» в 1960-е — 70-е годы могла, наверное, соперничать по своей популярности с «Битлз» — по крайней мере, в архитектурной среде. Группа была известна своими концептуальными проектами, которые раскрывали неожиданные ракурсы урбанизма. Среди них — «Компьютерный город» (*Computer City*), «Город голубых воротничков» (*Blue Collar City*), «Шагающий город» (*The Walking City*), «Город, подключающийся к сетям» (*Plug-in City*) и, наконец, созданный в 1968–1970-м году «Мгновенный город» (*Instant City*).

Сценарий «Мгновенного города» заключался в том, что в один прекрасный день в безымянном захолустном местечке десантируется необходимая инфраструктура, быстро превращающая его в большой, бурлящий и шумный город. Все необходимые для такой трансформации функциональные элементы — в том числе городское освещение, транспорт, спортивные сооружения и вместительные надувные павильоны — доставляются на дирижаблях и воздушных шарах. Созданный в мгновение ока город какое-то время живет интенсивной жизнью, а затем собирается и улетает дальше, оставляя после себя лишь культурную память.

Эта архитектурная притча, детально проработанная и прорисованная в серии планшетов (в то время проекты еще создавались вручную, а не на экранах компьютеров), остро ставила вопрос о месте культуры в городском развитии. По существу, проект представлял собой модернизированную версию рассказов о бродячем цирке, но также и рефлексия по поводу проходивших в чистом поле масштабных фестивалей и, в частности, Вудстокского рок-фестиваля 1969 года, о котором мы уже говорили. Как и другие проекты группы «Архиграм», «Мгновенный город» не предполагал реализации. Это был чистый концепт, интеллектуальный эксперимент, культурная провокация, которая могла и не дать никаких непосредственных всходов. Однако, как всякое авангардное произведение, этот проект отзывался время от времени в различных практических начинаниях.

Программа «Культурная столица Европы»

Разыгранная в рамках «Мгновенного города» идея «город на час» вполне рифмовалась со схемой «столица на один год», которая была положена в основу одной из самых масштабных культурно-политических программ рубежа XX–XXI столетий.

Программа «Культурная столица Европы»¹ существует с 1985 года, то есть уже сорок лет. Ее инициатором была Мелина Меркури, греческая актриса, а в 1981–1989 годах — министр культуры Греции. Происходивший в эти годы процесс европейской интеграции был в основном сосредоточен на решении экономических вопросов, но Мелина Меркури ратовала за включение в повестку также вопросов культуры. «Искусство, культура и творчество — говорила она в 1985 году, — не менее важны [для европейской интеграции], чем технологии, торговля и экономика»². Предложенная ею идея ежегодно переходящего от города к городу титула «Европейской культурной столицы» была принята как дополнительный инструмент интеграции суверенных европейских стран. Замысел заключался в том, что развитие европейских культурных связей будет стимулировать развитие связей экономических, а затем и политических.

Таким образом, с самого начала было ясно, в чем заключаются цели программы на национальном и наднациональном уровнях. А вот в чем смысл и польза программы для самих городов, стало понятно далеко не сразу. Первыми Европейскими «культурными столицами» стали: Афины (1985), Флоренция (1986), Амстердам (1987), Берлин (1988) и Париж (1989) — города, и так бывшие признанными мировыми культурными центрами. Участие в программе «Культурная столица Европы» служило лишь подтверждением их репутации, то есть констатацией очевидного.

¹ Первоначальное название *European City of Culture*, а с 2000 года — *European Capital of Culture*.

² Греция присоединилась к Европейскому экономическому сообществу в 1981 году, в том же году, когда Мелина Меркури стала министром культуры, так что эта тема, несомненно, была для нее актуальна.

Но шестая «столица», шотландский город Глазго, получивший титул в 1990 году, явно выбивался из этого ряда. Глазго не только не имел репутации культурного центра мирового уровня, но и переживал в этот период серьезный экономический кризис. Титул «культурной столицы» мог стать для города, таким образом, не столько подтверждением культурных достижений, сколько инструментом развития и преодоления кризиса — через культуру³.

Этот поворот определил дальнейшее развитие программы «Культурная столица Европы» как своего рода опытной площадки, на которой испытывались различные эффекты, создаваемые в процессе реализации той или иной культурной политики. Каждый следующий город, получавший титул «культурной столицы», стремился не только показать себя миру с лучшей стороны, но и, опираясь на предоставляемые программой возможности концентрации культурных (но также и финансовых) ресурсов, решить актуальные задачи городского развития⁴.

Городские культурные стратегии

Если какой-то проект дает «приращение» в области культуры, — будь то новое произведение искусства, новая культурная практика или отреставрированное историческое здание, — такой результат самоценен. Однако, когда речь идет о пользе культурной деятельности для города, обычно имеется в виду, что она не только способствует развитию городской культуры,

³ Директором программы «Глазго — 1990» был Роберт Палмер, впоследствии руководитель сравнительного исследования программ «Культурная столица Европы» (2004), а также директор Департамента культуры и культурного наследия Совета Европы (2006–2013) и соавтор книги *Eventful City* [Richards, Palmer, 2010]. Доклад по результатам исследования «культурных столиц Европы» см. в: [Странствующая столица, 2007].

⁴ Подробнее о структуре и развитии программы «Культурная столица Европы» см.: [Странствующая столица, 2007].

но также оказывает — прямо или косвенно — положительное воздействие на социальную сферу и экономику.

Скажем, отреставрированное историческое здание ценно само по себе, но оно также повышает туристическую привлекательность города и дает повод жителям гордиться своим городом. Поэтому в культурных стратегиях, субъектом которых являются городские власти, целеполагание обычно осуществляется в социальных и экономических терминах, а культура выступает в качестве инструмента или средства. При этом организации культуры и творческие профессионалы имеют возможность делать — и в самом деле делают — культурную работу, так как именно этого все от них ожидают, и это служит в данной системе отношений залогом позитивного социального и экономического эффекта.

На сегодняшний день можно выделить четыре наиболее распространенные стратегии городского развития с опорой на культуру:

- 1) социальная стратегия;
- 2) стратегия городского брендинга;
- 3) стратегия ревитализации депрессивных районов города;
- 4) стратегия развития в городе сектора креативных индустрий.

Рассмотрим их по порядку.

Социальная стратегия

Это наиболее традиционная стратегия, восходящая к просветительским установкам культурной политики. Ее цель — обеспечить доступность культуры для как можно большего числа граждан. Если рассуждать в терминах пространственного развития, то в рамках этой стратегии деятельность культурных институтов должна быть максимально приближена к местам проживания. Например, если традиционные культурные институты расположены в историческом центре города, данная стратегия требует либо создать условия, облегчающие их доступность для жителей окраин или спальных районов (скажем, организовать групповое посещение, выделить транспорт и т.д.), либо обеспечить отдаленные районы инфраструктурой, позволяющей устра-

ивать выставки, концерты, представления и т. д., создавая районные филиалы центральных городских организаций или развивая систему самостоятельных районных культурных центров.

Социальная стратегия может быть также направлена на обеспечение инклюзии, то есть доступа к культуре для социально незащищенных групп, например, для людей с низкими доходами или людей с инвалидностью. Проблемы ограниченного доступа решаются, например, с помощью льготных входных билетов, абонементов, а также строительства пандусов для колясочников, использования надписей шрифтом Брайля, создания тактильных экспонатов для слепых и слабовидящих и т. д. Некоторые из этих методик уже технологически отработаны, институционализированы и даже закреплены законодательно в требованиях к деятельности организаций культуры, другие пока находятся в экспериментальной стадии. Широко понимаемая инклюзия требует, чтобы организации культуры шли навстречу общественным запросам и искали специфический язык и средства общения с самыми разными сегментами своей потенциальной аудитории.

Помимо пассивного доступа к культуре, большое значение придается сегодня активному, творческому участию граждан в культурных процессах. Соучастие посетителей, зрителей, слушателей и читателей в деятельности культурных организаций рассматривается как важный инструмент консолидации городских сообществ, как эффективное средство коммуникации между различными культурными группами, а в отдельных случаях также как средство купирования конфликтов и снижения социального напряжения⁵.

Стратегия городского брендинга

Эта стратегия направлена прежде всего на развитие средствами культуры имиджа города, его индивидуализацию, которая сделает город узнаваемым и, как следствие, повысит его

⁵ Детальный анализ влияния участия в творческой деятельности на развитие сообществ можно найти в книге Франсуа Матарассо: [Matarasso, 1997].

конкурентоспособность на национальном или международном уровне. Данная стратегия предполагает инвестирование в престижные проекты: строительство выдающегося театра, лучшего в регионе (в стране, в мире) музея, учреждение авторитетного международного фестиваля и т. д. В отличие от социальной стратегии, стремящейся уравновесить культурную жизнь центра и окраин или обеспечить равный доступ к культуре для различных социальных групп, данная стратегия фокусирует усилия на одном «флагманском» объекте, как правило, находящемся в центре города⁶.

Классическим примером стратегии городского брендинга может служить строительство здания Сиднейского оперного театра (Австралия). Проектирование театра началось в 1950-е годы, а открыт он был лишь в 1973 году. Благодаря своему необычному силуэту, здание театра было удостоено множества премий, стало единственным объектом всемирного наследия ЮНЕСКО, построенным в 1970-е годы, и безусловным символом города.

Другой пример, ставший уже хрестоматийным, — здание музея Гуггенхайма в Бильбао (Испания). Здесь соединились две встречных инициативы: стратегия музея мирового класса, направленная на создание филиалов в других частях света, и стремление города радикально повысить свой культурный профиль, чтобы решить благодаря этому социальные и экономические проблемы. Главной целью этого проекта, реализованного в 1990-е годы, было преодоление экономического кризиса путем развития туристической экономики на фоне деиндустриализации региона. В литературе можно встретить термин «эффект Гуггенхайма» или «эффект Бильбао», который предполагает целенаправленное возрождение депрессивных территорий путем создания «знаковых» архитектурных сооружений⁷.

⁶ При этом косвенным образом решаются, конечно, и социальные задачи, так как местные жители испытывают гордость за свой город и его достижения в области культуры.

⁷ В действительности здание музея Гуггенхайма, спроектированное Фрэнком Гери, было первым, но не единственным

Один из рисков, связанных с этой стратегией, заключается в том, что, зачастую, увлечение «представительской» ролью архитектурных объектов отодвигает на задний план содержательные вопросы их деятельности. С этой точки зрения важно соблюдать баланс архитектурных и содержательных инноваций, резервируя ресурсы на программирование деятельности будущей культурной организации⁸.

Поскольку стратегия городского брендинга нацелена на усиление известности и привлекательности города, она часто сопровождается установкой на развитие культурного туризма. Как правило, этот сектор городской экономики успешно развивается в результате взаимодействия трех участников: (1) организаций культуры, задача которых сделать город привлекательным для туристов, ищущих культурных впечатлений, (2) бизнеса, который должен обеспечить транспорт, проживание, питание и прочие сопутствующие услуги, соответствующие определенным стандартам и запросам потенциальных туристов, и (3) городских властей, на долю которых приходится обеспечение капитальной инфраструктуры (дороги, реставрация памятников и т. д.), а также создание благоприятных условий для участвующего в этих проектах бизнеса (инвестиционный климат и т. д.) и помощь организациям культуры, которые должны в этой ситуации «развернуться лицом к туристу» (они не всегда умеют это делать).

сооружением, построенным в Бильбао архитекторами с мировыми именами. Впоследствии в городе работали такие выдающиеся архитекторы, как Сантьяго Калатрава и Норман Фостер. Здесь появились новые культурные центры, в том числе Конгресс-центр и концертный зал, новые транспортные системы — метро, трамвай, и множество других элементов культурной и туристической инфраструктуры.

⁸ Ср.: «... расходы на содержание таких зданий и выплату процентов по кредитам оказались столь велики, что во многих случаях они «съели» и бюджеты на программную деятельность, оставив нам великолепную оболочку, начисто лишенную содержания». [Pachter, Landry, 2001, p. 55].

Стратегия ревитализации депрессивных районов

Начиная где-то с 1980-х годов пришло осознание, что потенциал культуры может быть средством возрождения неблагополучных районов города, в частности, заброшенных территорий, из которых ушла промышленность, и примыкающих к ним жилых кварталов. Ревитализация, то есть повышение качества жизни в таких районах, может достигаться разными средствами. К ним относятся различные методы стимулирования деловой активности, развитие транспортных связей, мероприятия, направленные на улучшение экологии, и т. д. В этом же ряду стоит и культура.

Стратегия культурной ревитализации опирается в определенной степени на опыт сквоттеров — художников и иных творческих профессионалов, которые захватывали пустующие здания и устраивали там своеобразные коммуны. Известны масштабные сквоты, возникшие в 1960-е годы в Копенгагене и в 1990-е годы в Берлине. Сквот в Фурманном переулке в Москве появился в 1987 году и просуществовал до 1990 года. Это был расселенный дом, оккупированный художниками. По словам одного из участников, там одновременно работали (а иногда и жили) около трехсот художников [Шутов, 2001]. Сквот на Петровском бульваре, основанный художником Александром Петлюрой и занимавший несколько домов и два двора почти в самом центре Москвы, просуществовал с 1990 по 1995 годы. А сквот на Пушкинской 10 в Санкт-Петербурге существует до сих пор — уже на вполне легальных основаниях.

Сквоттерские движения стали своего рода прототипом политики городских властей, направленной на ревитализацию проблемных и неблагополучных районов. Привлечение на такие территории творческих профессионалов, налаживание их контактов с местными жителями, создание событийной программы, наконец, появление здесь музеев, концертных и сценических площадок или культурных центров — все это в конечном счете способствует не только улучшению общей атмосферы и эстетических качеств городской среды, но и притоку на эту территорию новой публики, созданию здесь сервисной инфраструктуры, новых бизнесов, рабочих мест и т. д.

Вместе с тем, в длительной перспективе, вызванное различными культурными интервенциями улучшение качества среды, оживление экономики и оздоровление атмосферы депрессивных городских районов нередко приводит к росту цен на недвижимость и, в конечном счете, к «выдавливанию» первоначального контингента жителей, а зачастую и первых творческих профессионалов, запустивших процесс ревитализации. На их место приходит благополучная, буржуазная и, как правило, гораздо более консервативная публика. Это явление, получившее название «джентрификация» (то есть «облагораживание» района, сопровождаемое наплывом новой, более благополучной и состоятельной публики), часто рассматривается как негативное в дискуссиях о стратегиях развития городов.

Стратегия развития креативных индустрий

С начала 2000-х годов, по мере того как креативные индустрии получали признание и занимали все более прочное место в структуре постиндустриальной экономики, многие города стали включать развитие этих отраслей в свои приоритеты. Утвердилось мнение, что наличие креативного сектора делает экономику более устойчивой, а город — более конкурентоспособным. Развитие креативных индустрий рассматривалось как стратегия модернизации и диверсификации городской экономики, а одним из побочных результатов становилась описанная выше ревитализация бывших промышленных территорий.

Со стороны городских властей реализация данной стратегии предполагает создание программ стимулирования культурного предпринимательства, основанных на предварительном «картировании», то есть выявлении в городе потенциала и ресурсов различных секторов креативной экономики и определении инструментов их поддержки. К числу таких инструментов относятся, например: льготная аренда помещений, налоговые каникулы, юридическая и финансовая консультационная помощь, микрокредитование и т. д.

Мы уже говорили о создании креативных кластеров — группах сосредоточенных в непосредственной близости друг

от друга креативных предприятий и презентационных площадок с элементами общей инфраструктуры и общей творческой атмосферой. Чаще всего (хотя и не всегда) такие кластеры образуются на опустевших промышленных территориях, в помещениях бывших фабрик, заводов, трамвайных депо и т. д. Они служат наглядной демонстрацией смены эпох: где прежде трудились индустриальные рабочие, там теперь заняты своим делом представители творческих профессий и интеллектуального труда — архитекторы, дизайнеры, модельеры, разработчики компьютерных игр и т. д. Благодаря концентрации десятков творческих предприятий на территории того или иного кластера, существенно упрощаются и задачи поддержки творческой экономики со стороны городской администрации.

Креативные кластеры утвердились сегодня как некий новый институт, заметный в ландшафте современного города. В отличие от технопарков, которые могут располагаться «в чистом поле», креативные кластеры, сочетающие в себе культурное производство и потребление, становятся важной частью развивающейся городской среды.

Говоря о глубокой трансформации города при переходе от индустриальной эпохи к постиндустриальной, нужно признать, что одной только финансовой и технической поддержки креативных предприятий недостаточно. Если городские власти делают ставку на развитие креативной экономики, они должны быть готовы идти навстречу и более широким требованиям к городской среде и образу жизни, которые сделают город привлекательным для представителей «креативного класса». В частности, как замечает Ричард Флорида, строительство больших стадионов должно уступить место прокладыванию велодорожек, а общую городскую политику необходимо подчинить «принципу трех Т»: технология, таланты, толерантность [Флорида, 2005].

Условия реализации городских стратегий

Вряд ли можно сегодня найти город, в котором власти твердо придерживаются только одной из перечисленных четырех стратегий. Это всегда какая-то их комбинация. Правда, ког-

да мы идем всеми путями сразу, мы рассредоточиваем ресурсы, а концентрируясь на одном из направлений, делаем продвижение более интенсивным.

Нужно также учитывать, что перечисленные стратегии требуют для своей реализации различных ресурсов и разных организационных предпосылок. Так, социальную стратегию можно осуществлять силами и на средства городского департамента культуры, а вот стратегия городского брендинга требует уже сотрудничества с экономическим блоком городской администрации — едва ли «флагманский» объект можно построить без дополнительных инвестиций. Стратегия ревитализации депрессивных районов потребует развития партнерства, с одной стороны, с местным сообществом, а с другой — с девелоперами. А стратегия развития креативных индустрий предполагает политическую поддержку на самом высоком уровне (мэр города; зачастую также выход на региональный уровень), плюс объединение усилий нескольких ключевых департаментов, отвечающих за культуру, экономику, образование, городское планирование и т. д. И если социальная стратегия может быть реализована с опорой на городской бюджет и городские культурные институты, то в трех других случаях реализация стратегии, скорее, должна опираться на государственно-частное партнерство.

Какой бы ни была стратегия городской администрации в области культуры, она будет оказывать влияние на стратегии отдельных городских культурных организаций и даже на индивидуальные стратегии живущих в городе творческих профессионалов. Разумеется, организации, для которых город является учредителем, встраиваются в городскую стратегию автоматически, в то время как независимые организации, а также творческие бизнесы и независимые творческие профессионалы должны продемонстрировать свою готовность вписаться в процесс реализации стратегии и занять одну из предлагаемых в ней ролей.

Вопросы

1. Приведите пример проживающей в вашем городе социальной группы, имеющей ограниченный доступ к культурным институтам. Как можно облегчить доступ к культуре для этих людей?
2. Приведите пример «флагманского» культурного проекта, реализованного или намеченного к реализации в одном из российских городов. Есть ли у этого проекта критики и если да, то с каких позиций они его критикуют?
3. Как может влиять выбор приоритетов городской культурной политики на стратегию конкретных культурных институтов? Например, должна ли измениться стратегия городского музея, если в городе решено развивать креативные индустрии?
4. В чем, на ваш взгляд, состоит разница между «сквоттерами», то есть художниками, самовольно заселившимися в пустующее здание, и резидентами современного креативного кластера, расположенного в помещениях бывшей фабрики?
5. Может ли креативный кластер располагаться в современном здании? И если да, то почему большинство из них расположены все же в старых промышленных сооружениях?

Лекция 10

Культурная политика в Российской Федерации: исторический очерк — Советская культурная политика — Культурная политика периода перестройки — Культурная политика в новой России — Преодоление ведомственного подхода — Внедрение принципов менеджмента — Программа «Культурная столица Поволжья» — Региональные стратегии — Культура и экономика: стратегические вызовы — Новая экономика — Креативные кластеры

Эта заключительная лекция содержит исторический очерк развития культурной политики в Российской Федерации. Основное внимание уделяется здесь процессам, происходившим в период перестройки и в первые два десятилетия существования РФ — вплоть до момента принятия «Основ государственной культурной политики Российской Федерации», открывшего современный этап развития отечественной сферы культуры, — то есть до 2014 года [Основы государственной культурной политики Российской Федерации]. История культурной политики в позднем СССР, включая период перестройки, и в первые годы существования Российской Федерации несколько отличается от европейской истории этого периода, хотя возникавшие здесь в последние десятилетия базовые стратегии и дилеммы, которые приходилось решать, были примерно теми же. До сих пор мы обращались к отечественным реалиям лишь эпизодически, уделяя внимание основным понятиям и методам анализа культурных стратегий в широком международном контексте. Теперь же постараемся нарисовать более последовательную (хотя и, неизбежно, схематичную) картину развития событий на российской культурно-политической сцене в период, когда там происходила серьезная трансформация, связанная как со сменой политического строя и экономического уклада страны, так и с общими цивилизационными изменениями, такими как цифровая революция и формирование постиндустриального общества, которые параллельно разворачивались в глобальных масштабах.

Советская культурная политика (1980-е годы)

Чтобы рельефно очертить культурную политику Российской Федерации и проблемы, которые она решала, нужно сделать «шаг назад» и кратко описать политику предшествовавшего периода.

Отличительной особенностью культурной политики в позднем СССР¹ была ее идеологическая ориентация. Государство рассматривало культуру как средство контроля, пропаганды и идеологического воспитания граждан и потому тщательно следило за содержанием культурной деятельности. Это был типичный пример «инженерного» подхода, основанного на тотальном контроле над формированием всего доступного гражданам культурного «контента» — как исторического, так и нового. Единая, унитарная система советских ценностей не оставляла места ни для каких идеологических «шатаний», «колебаний» или «отклонений», которые решительно отменялись как «вредные» проявления «чуждой» идеологии.

Но в советской культурной политике были и иные элементы. В частности, государство выступало в роли «покровителя» профессионального искусства и следило за тем, чтобы профессионалы ни в чем не нуждались и эффективно работали, решая идеологические задачи, то есть задачи формирования «нового советского человека». Это давало свои результаты внутри страны и приносило стране известность за рубежом, например, в области классического балета или классической музыки. При этом многие современные музыкальные течения и направления — как в академической, так и в популярной музыке — находились под прямым запретом или же искусственно сдерживались, подменялись имитациями, а порой загонялись в специально созданные и контролируемые властями маргинальные пространства.

Например, по отношению к рок-музыке власти использовали две стратегии. Первая заключалась в попытках замеще-

¹ Самоназвание этого периода — «эпоха развитого социализма», но в перестроечной историографии его обычно называют «эпохой застоя».

ния и вытеснения представителей этого направления с помощью официально разрешенных «вокально-инструментальных ансамблей» (ВИА), глубоко советских по духу, но воспроизводивших все внешние атрибуты западных рок-групп. Вторая предполагала создание своего рода «резерваций» наподобие ленинградского рок-клуба.

Советскую культурную политику можно также назвать просветительской или социально ориентированной в том смысле, что она была направлена на работу с широкими массами. Планирование сети культурных учреждений предусматривало строгие нормативы, определявшие, сколько дворцов культуры, библиотек, музеев, театров и т. д. должно быть на территории — в зависимости от количества жителей. То есть советское государство было еще и «архитектором», строившим продуманную и эффективную систему культурных институтов, правда, с единственной целью — донести по возможности до каждого гражданина «идеологически выверенный» советский нарратив.

Культурная политика периода перестройки (1987–1991)

Отечественная культурная ситуация времен перестройки² во многом напоминала европейскую ситуацию рубежа 1960–1970-х годов. Выдвинутые в конце 1980-х годов общеполитические лозунги «гласности» и «плюрализма» привели к радикальным переменам в культурной сфере и, в первую очередь — к невероятному расширению содержательного и жанрового диапазона культуры.

В этот период возвращаются забытые и запрещенные имена и течения отечественной культуры, а также выходят на поверхность различные культурные сообщества и движения, которые до этого вели подпольное или полуполегалное существование в тени советской идеологии. Вдруг оказалось, что в стране есть множество «неформальных» культурных групп, готовых

² В данном случае самоназвание периода совпадает с его названием в последующей историографии.

громко заявить о своем существовании — от авангардных художников, рок-музыкантов и любителей авторской песни до последователей Рерихов и кришнаитов. Пришествие «неформалов» — как называли в тот период представителей любых культурных движений, вышедших за рамки официальной культурной доктрины, — стало таким же, если не большим, потрясением для России начала 1990-х годов, каким для Европы и Америки конца 1960-х годов было наступление представителей «контркультуры».

К этому нужно еще добавить зарубежные образцы классической и современной культуры, хлынувшие в Россию с исчезновением «железного занавеса» и находившие здесь своих адептов. На этой волне состоялось знакомство и с культурой русской эмиграции разных периодов, и со множеством художественных и интеллектуальных течений и направлений, развивавшихся за рубежом на протяжении XX столетия и по тем или иным причинам считавшихся нежелательными в Советском Союзе. Едва ли не каждый день появлялись новые публикации, имена, произведения, жанры, расширявшие культурные горизонты советской публики.

Если говорить о собственно культурной политике, то в этот период она сводилась к «открытию шлюзов». События на культурном поле развивались столь стремительно, что это делало невозможными любые опережающие действия власти. Новое содержание, новые инициативы и новые форматы культурной деятельности рождались буквально ежедневно, причем лишь в редких случаях их инициаторами были представители советского культурного истеблишмента или советские культурные институты. И хотя этот период получил в историографии название «перестройки», никакой существенной институциональной перестройки сферы культуры здесь пока не происходило.

Культурная политика в новой России

Наметившийся в период перестройки переход советской культурной политики от унитарной к плюралистической модели окончательно закрепился с появлением Российской Федерации. Новое российское государство отказалось от советской идеологии, но унаследовало обширную сеть бывших советских

культурных институтов. То есть в системе нового Министерства культуры остались здания и населяющие их коллективы, привыкшие работать по советским методикам. Эти организации должны были теперь получить какую-то новую роль в российском обществе и, соответственно, переосмыслить свою деятельность и трансформировать содержание. Такое «перепридумывание» культуры могло происходить как на уровне стратегий отдельных организаций, так и в более масштабной культурно-политической плоскости, на уровне институциональных реформ, касающихся всей сферы культуры.

Происходивший в стране процесс приватизации и строительства рыночной экономики заставлял задуматься о возможности «перевести на коммерческие рельсы» также и сферу культуры. Однако в то время в стране еще не было понимания тонких связей между культурой и экономикой и потенциального разнообразия возможных форм сотрудничества этих двух областей. Поэтому в дебатах, проходивших в первой половине 1990-х годов, эта тема высвечивалась в «черно-белых» тонах.

В действительности никто не предлагал приватизировать, например, Большой театр или Государственный Эрмитаж. Однако противники «коммерциализации» культуры представляли дело именно таким образом, обвиняя сторонников реформ в намерении «продать» и тем самым уничтожить все ценности отечественной культуры. В результате, на этом этапе из сферы культуры были исключены какие бы то ни было коммерческие механизмы, и вся сеть традиционных культурных институтов на долгие годы осталась на государственном попечении. Нужно признать, что благодаря этому удалось, почти повсеместно, сохранить музейные коллекции, библиотечные и архивные собрания, профессиональные исполнительские коллективы и художественные учебные заведения, созданные в советское время.

Вместе с тем в 1990-е годы не было предпринято практически никаких попыток институциональной модернизации государственной сферы культуры. Скудное финансирование, бюрократизированная структура и общий безынициативный стиль работы, оставшийся с советских времен, — все это делало государственные культурные организации консервативными и малоподвижными на фоне происходивших в стране стремительных перемен.

Лишь в отдельных случаях, когда во главе государственных организаций культуры оказывались талантливые и энергичные люди, — умеющие к тому же найти общий язык с вышестоящим начальством, — им удавалось преодолевать инерцию и изыскивать ресурсы для реализации инновационных замыслов, соответствующих духу времени. Но это происходило редко. В основном новые идеи в сфере культуры развивались на независимых площадках, благодаря усилиям негосударственных некоммерческих организаций, само появление которых стало возможно только благодаря новому российскому законодательству.

Именно независимым, негосударственным организациям удалось освоить и развить те новые культурные форматы и новое содержание, которые появились в перестроечную и постперестроечную пору в России. Новая драматургия и театр, современный танец, новые языки изобразительного искусства, включая видео-, а затем и мультимедиа-арт, новая литература и поэзия и т. д. — все это вначале развивалось на независимых площадках и лишь затем, иногда спустя годы, становилось частью культурного предложения государственных институтов.

Еще медленнее шел процесс включения новых художественных компетенций в программы профессиональных учебных заведений, где в течение долгого времени не преподавались дисциплины и не развивались умения и способности, необходимые для успешной деятельности в современном художественном мире. Завтрашних творческих профессионалов продолжали учить вчерашним профессиональным навыкам.

Однако далеко не все области культурной деятельности остались на попечении государства. Например, издательская деятельность, архитектурное проектирование или дизайн, которые в советское время были частью государственной системы, в новой России стали развиваться как самостоятельные направления бизнеса. К ним можно добавить и те области деятельности, которых в советское время просто не было, например, галерейный бизнес или новые направления предпринимательской деятельности, возникшие в связи с развитием интернета и новых информационно-коммуникационных технологий. Лишь много лет спустя, в середине 2000-х годов, в России появится обобщающий термин для всего этого сектора, который станут называть «творческими (или креативными) индустриями».

Таким образом, в российской культуре образовались три основных сектора:

- государственные организации культуры, к которым относились все бывшие советские традиционные культурные институты — музеи, театры, библиотеки, филармонии, художественные учебные заведения и т. д. — в общем, все, что находилось в ведении федерального Министерства культуры или региональных управлений (министерств) культуры;
- негосударственные некоммерческие организации культуры, в том числе частные культурные институты и учебные заведения, которые играли роль генератора инноваций и «экспериментальной площадки». Здесь в основном шла работа по освоению нового содержания, разработке новых форматов и новых языков культуры, которые затем находили (или не находили) место в системе государственных культурных организаций;
- коммерческие компании и отдельные предприниматели, занимающиеся различными видами творческого бизнеса — то, что впоследствии назовут «креативными индустриями». До конца 2000-х годов этот сектор вообще не воспринимался как единая область и не попадал на «радары» государственной культурной политики.

Преодоление «ведомственного» подхода

С появлением Российской Федерации в области культурной политики произошел также переход от модели «государства-инженера» к модели «государства-архитектора». При этом по инерции, оставшейся с советских времен, главной областью, где проводилась государственная культурная политика, были государственные организации культуры. Государственные органы разных уровней — федерального, регионального или городского, — отвечающие за культуру, проводили свою политику, опираясь, преимущественно, на подведомственные организации, то есть на организации, по отношению к которым они выступали как учредители и которыми могли непосредственно руководить.

Критики «ведомственного» подхода пытались обратить внимание на то, что в постсоветской России поле культуры в действительности гораздо шире, что за пределами государственных организаций существуют огромные творческие ресурсы, которые, с одной стороны, никак не используются в государственном культурном строительстве, а с другой — не получают государственной поддержки, и что сотрудничество государственного и негосударственного секторов может быть полезно для обеих сторон.

В самом деле, государственные организации обладали важными пространственными и технологическими ресурсами — зданиями, оборудованием и прочей инфраструктурой, необходимой для работы с публикой, — которых, как правило, не хватало негосударственным организациям культуры. Но негосударственные организации, в свою очередь, располагали гораздо большими ресурсами креативности, демонстрировали способность осваивать новые форматы культурной деятельности и динамично генерировать новое, актуальное культурное содержание. Сотрудничество между организациями государственного и независимого секторов позволило бы оживить государственные площадки, расширить жанровый и содержательный диапазон их деятельности, привести туда новую публику и одновременно предоставить независимым организациям доступ к инфраструктурным возможностям, которые у них в большинстве случаев отсутствовали [Гнедовский, 2009].

Однако бывшая советская система долгое время отказывалась видеть стратегические выгоды, которые открывало бы такого рода сотрудничество. Преодолеть ее косность, ведомственную замкнутость, невосприимчивость к новым идеям (кроме тех, что «спускались сверху») и, как результат, ее низкую востребованность в обществе оказалось совсем не просто. Долгое время не получало развития и сотрудничество государственных организаций культуры с бизнесом — ни в форме спонсорства, ни в виде внедрения в структуру культурных институтов элементов предпринимательства, которые могли бы существенно повысить эффективность их деятельности и, в частности, сделать ее более адресной и социально востребованной.

Внедрение в сфере культуры принципов менеджмента

В 1990-е годы одним из популярных направлений модернизации стало обучение работников культуры принципам современного менеджмента. По всей стране проходили семинары и тренинги по менеджменту в культуре, и даже в программах высших учебных заведений стали появляться курсы по менеджменту³. Идея заключалась в том, чтобы научить работников культуры предприимчивости, умению строить партнерства, маневрировать ресурсами и, что немаловажно, знать свою публику и учитывать ее интересы.

Изучение менеджмента давало результаты прежде всего в независимой сфере — при проведении фестивалей, выставок и иных временных проектов, — но на характер работы государственной системы культуры оно влияло в гораздо меньшей степени. Причина этого заключалась в том, что при существующей системе управления и финансирования государственных организаций культуры принципы менеджмента в их деятельности могли применяться с большими ограничениями. Попросту говоря, государственные организации были подотчетны вышестоящим органам, но не было механизмов, которые делали бы их подотчетными обществу. В этой ситуации «менеджмент» выступал в качестве своеобразного суррогата предпринимательства, для которого не было создано реальных условий.

Ситуация окончательно прояснилась в начале 2000-х годов с введением Бюджетного кодекса, который дополнительно — и совершенно логично — ограничил свободу государственных организаций, поставив их под казначейский контроль. Одновременно начался длительный и трудный процесс реформирования бюджетной сферы, который, в частности, предполагал автономизацию государственных учреждений культуры. Этот процесс проходил в последние тридцать лет практически

³ Первым российским вузом, где в 1998 году появился Факультет менеджмента в сфере культуры (ныне Факультет управления социокультурными проектами) стала Московская высшая школа социальных и экономических наук (Шанинка).

во всех странах Европы. И нигде он не был легким, потому что европейские культурные организации, привыкшие (в отличие от американских) к «патерналистской» модели управления, не хотели терять патрона в лице государства — даже получая взамен независимость и свободу действий.

В России эта реформа также была нацелена на то, чтобы сделать государственные организации более самостоятельными и, в частности, открыть дорогу использованию в них принципов и инструментов современного менеджмента. В длительной перспективе реформа должна была создать условия не только для межведомственного сотрудничества (например, культуры и образования), но также и сотрудничества между государственным и негосударственным секторами культуры. Логика реформы основывалась на предположении, что автономные государственные организации будут вынуждены, в поисках дополнительных источников финансирования, изучать и развивать свою аудиторию, использовать новейшие методы маркетинга, фандрейзинга и принципы развития общественных связей.

Оглядываясь назад, можно сказать, что последовательность действий могла бы быть несколько иной: вероятно, можно было более решительно проводить реформу, отодвигая организации культуры от государства «на расстояние вытянутой руки», а параллельно стимулировать спонсорство и осуществлять менеджерскую подготовку высшего и среднего звена руководителей, создавая различные компенсаторные механизмы, смягчающие для организаций стресс от проводимой реформы. В такой ситуации технологии менеджмента были бы с самого начала уместны и востребованы не только в независимом секторе.

Программа «Культурная столица Поволжья»

В 2000 году для оптимизации системы государственного управления в Российской Федерации были введены федеральные округа. Один из семи первоначально установленных округов — Приволжский — охватывал четырнадцать субъектов федерации. Как и в других округах, здесь стояли задачи не только контроля за исполнением федерального законодатель-

ства, но также «собирания земель», интеграции экономически и культурно разнородных территорий.

Одним из инструментов решения этих задач стала выстроенная по модели «Культурной столицы Европы» и продолжавшаяся в течение шести лет программа «Культурная столица Поволжья» (2000–2006 гг.). Каждый год на основе конкурса выбирался один город, получавший титул «культурной столицы Поволжья», куда, также через конкурс, привлекались культурные проекты из других поволжских регионов, а также специально отобранные российские и зарубежные инновационные проекты, способные открывать новые горизонты и задавать высокую «планку» для местных культурных и творческих организаций и профессионалов.

Поскольку организаторы программы усвоили уроки европейских коллег, при отборе городов принимались в расчет не столько формальные культурные достижения, сколько готовность города к развитию, к тому, чтобы извлечь максимум пользы от происходившего в течение года «марафона культурных событий», усвоить уроки, закрепить успех и двигаться дальше, уверенно опираясь на ресурсы культуры в городском развитии.

Инициатором этой программы был Полномочный представитель президента в Приволжском федеральном округе Сергей Кириенко. Вот что он говорил в 2005 году, подводя итоги пятилетней реализации этой инициативы: «Опыт реализации программы, который мы действительно заимствовали из программы «Культурная столица Европы», показал, что вместо отношения к культуре как к сфере затрат, культура стала восприниматься как ресурс развития»⁴.

Опиравшаяся на европейский опыт программа стала, таким образом, не только инструментом решения мегарегиональных задач, но и инструментом развития городов, настоящей лабораторией городской культурной политики.

В рамках программы регионы решали свои задачи. Город-победитель оказывался в фокусе внимания, привлекал дополнительные инвестиции, приводил в порядок свою культурную инфраструктуру, обнаруживал и проявлял скрытые культурные ресурсы, получал «инъекцию» нового культурного

⁴ Подробнее об этой программе см.: [Гор, 2007].

содержания и новых, современных форматов культурных событий. Титул «Культурной столицы» и ассоциированные с ним события способствовали продвижению городского и регионального бренда. Другие регионы получали возможность демонстрировать свои проекты на «столичной» площадке, что для многих из них было серьезным прорывом в общероссийское культурное пространство.

Организациям культуры и творческим профессионалам «Культурная столица» давала шанс вырваться из ежедневной рутины и показать яркий проект, который автоматически получал известность за пределами региона. Многие с успехом использовали этот шанс. Культурная столица стала поворотным моментом в карьере целого ряда поволжских коллективов, художников, артистов, культурных менеджеров, журналистов и даже политиков.

Хотя программа «Культурной столицы» порой представляла проекты из Москвы и С.-Петербурга, а также зарубежные проекты, в ней всегда поддерживался строгий баланс между внешними, региональными и местными силами. Помимо публичных событий, в программу «Культурной столицы» входили и мероприятия, направленные на профессиональное развитие деятелей культуры и культурных журналистов — лекции, мастер-классы, семинары, тренинги и т. д., — а также дискуссии по актуальным вопросам культурной политики и развития сферы культуры в регионах.

«Культурная столица» продолжалась в каждом городе в течение одного года, и потому не приводила к серьезным институциональным изменениям в сфере культуры. Однако она меняла ментальность, способствовала модернизации культурной среды, создавала прочные межрегиональные связи и заставляла по-новому смотреть на культурные ресурсы. Не случайно города и регионы, принимавшие участие в программе, стали впоследствии культурными лидерами российского масштаба.

Результаты участия в программе «Культурная столица Поволжья» до сих пор прослеживаются в стратегиях развития таких городов, как Ульяновск, Ижевск или Пермь. Эти города развивают методологию «Культурной столицы», поддерживая баланс государственных и негосударственных, коммерческих и некоммерческих организаций культуры, культурного «импор-

та» и освоения местных ресурсов. Именно такой баланс становится решающим фактором успешности культурной политики регионов. Приглашение «звездных» коллективов, спектаклей, выставок и т. д. «поднимает планку» региональной культуры и играет важную роль в формировании культурной среды. Не менее важно и создание механизмов воспроизводства культуры, позволяющих местному культурному сообществу развиваться, расти, подтягиваясь к высоким художественным и менеджерским стандартам.

Региональные стратегии

В 2000-е годы в России, помимо программы «Культурная столица Поволжья», появилось еще несколько программ, направленных на модернизацию культурной политики на региональном уровне.

Так, широкий резонанс получил в 2009–2010 годах «Пермский культурный проект». В этот период в Перми создавались большие фестивальные события, открывались новые музеи и театры. В город были приглашены многие крупные столичные профессионалы, лидеры в своих областях. «Пермский проект» широко освещался в российских и зарубежных средствах массовой информации. Но невнимание к местным творческим ресурсам, нарушение пропорции между традиционным и экспериментальным искусством и, главное, отсутствие внятной программы, формулирующей цели и задачи культурной политики региона, создали конфликты, которые в конечном счете привели к свертыванию многих инициатив. Тем не менее, этот пример стал важным для страны. Благодаря Перми, во многих российских регионах начали обсуждать принципы, задачи и возможности культурной политики, создавать новые проекты, связанные с современным искусством, обновлять традиционные культурные институты.

Среди городов, где в 2000-е — 2010-е годы развивались масштабные комплексные культурные программы, следует также упомянуть Норильск и Красноярск. В обоих случаях это происходило благодаря поддержке Фонда Михаила Прохорова [Фонд Михаила Прохорова]. Фонд был учрежден в 2004 году

и стал первой в России благотворительной организацией, которая системно работала с отдельно взятым регионом. Вначале Фонд действовал на территории Норильского промышленного района, затем его деятельность распространилась на Красноярский край, а позднее и на ряд регионов Центральной России.

Заслуга Фонда Прохорова заключается не просто в финансировании проектов, но и в разработке ясной политики поддержки культуры, в которой с самого начала были обозначены приоритеты и созданы механизмы экспертной оценки различных инициатив. В деятельности Фонда был найден удачный баланс между поддержкой государственных и негосударственных организаций, а также гастролирующих проектов и проектов, развивающихся на территории. Кроме того, Фонд сам разрабатывал стратегические проекты (например, Красноярская ярмарка книжной культуры) и постоянно поддерживал инициативы, направленные на обучение менеджеров культуры и представителей творческих профессий.

К числу активных независимых субъектов культурной политики можно отнести также Фонд Владимира Потанина [Фонд Владимира Потанина], Фонд Елены и Геннадия Тимченко [Фонд Елены и Геннадия Тимченко] и еще целый ряд личных и корпоративных благотворительных организаций, которые действовали на поле российской культуры в 2000-е — 2010-е годы. Так, в рамках всероссийских конкурсов Фонда Потанина на протяжении многих лет осуществлялась поддержка инновационных музейных проектов, и это стало серьезным механизмом модернизации всего музейного сектора. Всероссийский конкурс Фонда Тимченко «Культурная мозаика малых городов и сел», направленный на поддержку «низовых» инициатив, позволил сформировать широкий спектр современных культурных стратегий для сельской местности. Стратегии благотворительных фондов, направленные в большинстве случаев на поддержку инновационных направлений и лидеров в сфере культуры, хорошо дополняли государственную политику, в основном направленную на обеспечение определенных стандартов в целом по отрасли.

Обсуждая региональные стратегии, нельзя не вспомнить и о культурной политике города Москвы первой половины 2010-х годов. Ее отличительной особенностью был широкий

взгляд на культуру, который не ограничивался только организациями непосредственно московского подчинения. Инициативы столичного Департамента культуры этого периода учитывали широкий круг стейкхолдеров, в который входили не только московские, но также федеральные и частные, коммерческие и некоммерческие организации, в том числе предприятия креативных индустрий и креативные кластеры. Такой подход позволял привлекать серьезные внешние ресурсы и существенно расширял как аудиторию, так и физическое пространство московских культурных проектов, которое, помимо традиционных площадок, охватывало также, например, парки и городские пешеходные зоны.

Культура и экономика: стратегические вызовы

В конце 1980-х годов важнейшими вызовами для государственной культурной политики стали культурная демократия и экономика сферы культуры. И если первая проблема начала решаться — и небезуспешно — еще в период перестройки, то решение второй все время отодвигалось. Хотя глубинные экономические реформы были в центре внимания нового российского государства, связь между культурой и экономикой долгое время не принималась в расчет. По традиции, культура рассматривалась как исключительно затратная сфера, финансирование которой осуществляется из соображений «общественного блага» и, соответственно, культурная политика была частью широко понимаемой социальной политики. Считалось, что культуру нужно «спасать», «поддерживать», в лучшем случае, «развивать», но едва речь заходила об экономических выгодах от вложений в культуру, тут же включалась охранительная риторика, и со всех сторон звучали требования защитить «высокие ценности» от посягательства разного рода «низких коммерсантов».

По этой же причине в 1990-е годы не получили развития представления об инструментальной роли культуры — о том, каким образом культурный и творческий потенциал может быть использован для социального и экономического развития регионов.

Пожалуй, единственным исключением был культурный туризм. Уже во второй половине 1990-х годов многие регионы

поняли, что культурное наследие может быть экономическим ресурсом, и стали включать развитие туризма в число региональных приоритетов. В этих случаях государство должно было, с одной стороны, приводить в порядок музеи и памятники, а с другой, способствовать развитию туристического бизнеса, сопутствующих услуг и инфраструктуры — дорог, транспорта, гостиниц и т. д.

Но главная роль государства — как и во многих других случаях — заключалась в создании благоприятного климата для потенциальных стейкхолдеров туриндустрии — как для инвесторов и туроператоров, так и для действующих на территории культурных субъектов. Последнее же зачастую не удавалось в силу недостаточной гибкости государственной системы культуры, а также неумения государства видеть потенциал независимых субъектов и продуктивно работать с ними. Тем не менее, именно культурный туризм стал наглядной демонстрацией тесных связей между культурой и экономикой.

Новая экономика

Что касается творческого бизнеса, то уже на ранних этапах в некоторых его областях государство проводило ту или иную политику. Например, хотя издательства находились в частной собственности, разрабатывались программы государственной поддержки издания детской или учебной литературы. В других областях, например в дизайне, ничего подобного не было — если не считать программ поддержки малого бизнеса, которые в ту пору не делали различия между творческими и «нетворческими» компаниями.

Государственная политика в области инновационной экономики сформировалась в России на рубеже 2000–2010-х годов, однако первоначально она была в основном нацелена на поддержку высокотехнологичных и наукоемких отраслей. Примером может служить «Сколково» — флагманский проект в этой области — задуманный как кластер компаний, осуществляющих высокотехнологические разработки. Цель этого проекта заключалась в том, чтобы обеспечить особые экономические условия для компаний, работающих в таких приоритетных для

России отраслях, как телекоммуникация и космос, биомедицинские технологии, энергоэффективность, информационные технологии и ядерные технологии.

Важнейшим обстоятельством, подготовившим почву для проведения политики в области развития творческого бизнеса как особого сектора, стало распространение в России в середине 2000-х годов понятия «креативные (творческие) индустрии». Оно объединило области, которые до этого воспринимались как различные и никак не связанные между собой. Однако долгое время это понятие трактовалось как абстракция, не имеющая отношения к российским реалиям. Так, создатели первых московских креативных кластеров ничего не знали ни об аналогичных зарубежных проектах, ни о «творческой экономике», и в этом смысле они «изобрели велосипед». Однако именно этот факт стал убедительным свидетельством того, что в России действуют общемировые тренды. Появление московских креативных кластеров, а затем и распространение этой модели в других городах, было наглядным подтверждением актуальности постиндустриального сценария для России.

На первых порах это не было результатом государственной политики — первые российские креативные кластеры возникали как частная инициатива и долгое время не получали государственной поддержки. Только в одном смысле государственная политика стимулировала появление первых московских креативных кластеров — их создание стало возможно благодаря решению московских властей о выводе из города промышленных предприятий. В результате освобождались огромные площади, и часть из них была преобразована в креативные кластеры⁵.

Принципиальное отличие креативных кластеров от кластеров научно-технологических («наукоградов» и «технопарков») заключается в том, что креативные кластеры, как прави-

⁵ Государственная политика поддержки креативных индустрий сформировалась позднее и была закреплена в Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки (2021), а затем и в Федеральном законе № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» (2024).

ло, становятся органической частью жизни городов, тогда как «технопарки» могут существовать (и часто существуют) «вдали от шума городского». Дело в том, что креативные кластеры почти всегда соединяют культурное производство и потребление, они открыты для посещения и быстро становятся местом притяжения для широкой публики. В свою очередь, они влияют на развитие окружающей территории, где вместо выморочной промышленной зоны создается комфортная и обустроенная среда. Так возникают центры новой, современной городской культуры, которые во многих случаях соперничают по популярности с историческим центром города, где обычно сосредоточены основные культурные институты.

Креативные кластеры

Первым примером целенаправленной конверсии бывшего фабричного сооружения для культурных целей было строительство — на базе бывшей фабрики осветительного оборудования — здания Государственного центра современного искусства (ГЦСИ), которое открылось осенью 2004 года на Зоологической улице в Москве.

В 2005 году в Москве возникли сразу несколько независимых креативных кластеров, разместившихся в помещениях бывших промышленных объектов. Первым был ARTPLAY на улице Тимура Фрунзе. Здесь, в здании бывшей шелкоткацкой фабрики «Красная роза», поселились приблизительно 50 архитектурных и дизайнерских бюро. Затем в помещениях гаражей бывшей шоколадной фабрики «Красный Октябрь» открылась «Арт-стрелка»⁶, объединившая почти все ведущие московские художественные галереи. Одновременно на Фабрике деловых бумаг, расположенной в районе метро Бауманская (и отчасти продолжавшей выпускать продукцию), был создан так называе-

⁶ «Арт-стрелка» закрылась четыре года спустя. Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка», основанный в 2009 году, находится на том же месте, но это совсем другая организация, объединяющая учебную программу по урбанистике и городскому развитию для специалистов с высшим образованием,

мый Проект «Fabrika», ставший первым креативным кластером с уклоном в исполнительские искусства (современный танец, музыка, театр). На следующий год в помещениях бывшего Московского винного завода открылся Центр современной культуры «Винзавод».

История московских «креативных кластеров» насчитывает уже двадцать лет. За это время одни кластеры исчезли с культурной карты города, другие появились, третьи коренным образом перестроили свою деятельность. Интересна история первого московского кластера (ARTPLAY на Тимура Фрунзе), который закрылся в 2008 году в связи с истечением срока аренды, однако через два года открылся вновь на новом месте (ARTPLAY на Яузе) и сейчас занимает еще большую территорию бывшего завода «Манометр». На новом месте ARTPLAY сохранил свой профиль, однако существенно расширил концепцию. Помимо дизайнерских и архитектурных бюро, в нем теперь размещаются несколько частных учебных заведений, в том числе Высшая британская школа дизайна и Московская архитектурная школа МАРШ.

Многие резиденты креативных кластеров не только производят культурный продукт, но и демонстрируют его для широкой публики. Поэтому в структуре кластеров возникают выставочные помещения, сценические пространства, дизайнерские магазины, шоурумы и т. д. Здесь также развивается сервисная инфраструктура, появляются рестораны, кафе, бары, клубы, осваиваются досуговые и презентационные возможности территории. Практически во всех кластерах есть событийная программа, которая складывается из мероприятий резидентов, гостевых проектов, а также событий, организованных самим кластером. Со временем московские креативные кластеры стали популярным местом культурного досуга. Они занимают заметное место в городской афише культурных событий, успешно соперничая с крупнейшими музеями, театрами и концертными залами.

Практика создания креативных кластеров распространилась сегодня далеко за пределами Москвы. Кластеры возникают в Санкт-Петербурге, в других региональных столицах и даже

летнюю программу публичных мероприятий, издательство Strelka Press и консалтинговое агентство КБ «Стрелка».

в городах меньшего масштаба. Чтобы составить представление о географии и разнообразии кластеров, можно ознакомиться с Атласом креативных кластеров Российской Федерации, подготовленным Союзом креативных кластеров и Институтом развития городов «Полис» в 2023 году [Атлас креативных кластеров РФ].

Вопросы

1. Происходила ли в период «перестройки» институциональная перестройка советской сферы культуры?
2. К чему бы привела, на ваш взгляд, масштабная приватизация традиционных культурных институтов, если бы она состоялась в Российской Федерации в 1990-е годы?
3. Какие три основных сектора можно выделить в сфере культуры Российской Федерации?
4. Что, по вашему мнению, мешает повсеместному введению в российских организациях культуры многоканальной системы финансирования?
5. Что может дать каждой из сторон сотрудничество российских организаций культуры государственного и независимого секторов?
6. В чем заключается принципиальное различие между «креативными кластерами» и «технопарками»?

Документы, литература и источники

1. Основы государственной культурной политики Российской Федерации (2014, в редакции Указа Президента Российской Федерации от 25.01.2023 № 35). URL: <http://government.ru/docs/all/94274/>
2. Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года (2016, в редакции Распоряжения правительства РФ от 11.09.2024). URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/410284259/?ysclid=m2svbf93q032013133>
3. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки (2021). URL: <http://government.ru/docs/all/136723/>
4. Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»: URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50912>
5. *Андерсон, Б.* Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / пер. с англ. В. Николаева; вступ. ст. С.П. Баньковской. М.: Кучково поле, 2016. — 416 с.
6. *Визгалов, Д. В.* Маркетинг города: практическое пособие / Д. В. Визгалов. М.: Ин-т экономики города, 2008. — 110 с.
7. *Геллнер, Э.* Нации и национализм / пер. с англ. Т. В. Бердиковой, М. К. Тюнькиной. М.: Прогресс, 1991. — 320 с.
8. *Гнедовский, М. Б.* Культурная политика в России: пространство возможностей // Санкт-Петербург: Многомерность культурного пространства. Материалы научно-практического форума. / Науч. ред. С. А. Басов, А. С. Зонин. СПб.: Левша. Санкт-Петербург, 2009. С. 14–40.
9. *Гор, А.* Культурная столица Поволжья // Странствующая столица: роль культуры в развитии территории / Ред.-сост. М. Гнедовский. М.: Ин-т культурной политики, 2007. С. 159–193.
10. *Гройс, Б.* О новом. Опыт экономики культуры. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. — 238 с.
11. *Инглхарт, Р. Ф.* Культурная эволюция. Как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир. М.: Мысль, 2018. — 347 с.
12. *Культура участия: музей как пространство диалога и сотрудничества / Ред.-сост. Д. Агапова.* СПб., 2015. — 157 с.
13. *Лэндри, Ч.* Креативный город / Пер. с англ. М.: Классика XXI, 2005. — 399 с.

14. Макканелл, Дин. Турист. Новая теория праздного класса. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. — 280 с.
15. Маклюэн, Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. — 464 с.
16. Практики соучастия в музеях. Материалы виртуальной экспертной сессии / Ред.-сост. М. Б. Гнедовский. М.: PressPass, 2023. — 148 с.
17. Саймон, Н. Партиципаторный музей / Пер. с англ. А. Глебовской. М.: Ад Маргинем Пресс, 2017. — 439 с.
18. Странствующая столица: роль культуры в развитии территории / Ред.-сост. М. Гнедовский. М.: Ин-т культурной политики, 2007. — 196 с.
19. Тойнби, А. Дж. Постижение истории: Сборник / Пер. с англ. Е. Д. Жаркова. М.: Рольф, 2001. — 637 с.
20. Тоффлер, Э. Третья волна / Элвин Тоффлер; [пер. с англ. К. Ю. Бурмистрова и др.]. М.: АСТ, 2009. — 795 с.
21. Филиппова, Е. И. Нации, государства, культуры // Культурная сложность современных наций / отв. ред. В. А. Тишков, Е. И. Филиппова; Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН. М.: Политическая энциклопедия, 2016. С. 19–33.
22. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. / Пер. с англ. М.: Классика XXI, 2005. — 421 с.
23. Фукуяма, Ф. Конец истории и последний человек / Фрэнсис Фукуяма; пер. с англ. М. Б. Левина. М.: АСТ, 2007. — 588 с.
24. Хантингтон, С. Столкновение цивилизаций. М.; СПб.: АСТ, 2003. — 603 с.
25. Хокинс, Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги / Джон Хокинс; [пер. с англ. И. Щербаковой]. М.: Финансовая корпорация Открытие: Классика-XXI, 2011. — 253 с.
26. Шутов, С. Москва изнутри: Сергей Шутов о Чистых прудах. // Афиша Daily. 21 октября 2011. URL: <https://daily.afisha.ru/archive/gorod/archive/progulka-shutov/?ysclid=m3lizeoqd296803095>
27. Bakhshi, H. et. al. (2013). A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries. NESTA. 79 p.
28. Cameron, D.F. (1968). A Viewpoint: The Museum as a Communications System and Implications for Museum Education // Curator. Vol. 11. P. 33–40.
29. Cameron, D.F. (1971). The Museum, a Temple or the Forum // Curator. Vol. 14. P. 11–24.
30. Craik, J. (2007). Re-Visioning Arts and Cultural Policy: Current Impasses and Future Directions. Canberra: ANU Press.

31. *Gellner, E.* (1994). *Conditions of Liberty. Civil Society and its Rivals.* London: Hamilton. 225 p.
32. *Gross, J.* (2020) *The Birth of the Creative Industries Revisited: An Oral History of the 1998 DCMS Mapping Document.* London: King's College London. doi. org/10.18742/pubo1-017
33. *Harrison, L.; Huntington, S.* (eds.) (2000) *Culture Matters: How Values Shape Human Progress.* New York: Basic Books. 383 p.
34. *Hawkes, J.* (2001). *The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's essential role in public planning.* Australia: Cultural Development Network (Vic). 70 p.
35. *Hawkins, J.* (2009) *Creative Ecologies: Where Thinking is a Proper Job,* University of Queensland Press. 162 p.
36. *Hesmondhalgh, D.* (2007) *The Cultural Industries,* 2nd edn. London, Thousand Oaks and New Delhi: SAGE. 346 p.
37. *Hillman-Chartrand, H. and McCaughey, C.* (1989) *The arm's length principle and the arts: an international perspective — past, present and future,* in M. Cumming and M. Schuster (eds) *Who's to pay for the Arts? The International Search for Models of Support,* New York: American Council for the Arts Books, pp. 54–55.
38. *Hobsbawm, E.; Ranger, T., eds.* (1983). *The Invention of Tradition.* Cambridge University Press. 326 p.
39. *Hoffman, A.* (1969) *Woodstock Nation: a talk-rock album.* Vintage Books. 164 p.
40. *Hudson, K.* (1987) *Museums of influence.* Cambridge: Cambridge University Press. 220 p.
41. *Hudson, K.* (1975) *A Social History of Museums: What the Visitors Thought.* London: Macmillan. 210 p.
42. *Hudson, K.* (1971) *A Guide to the Industrial Archaeology of Europe.* Bath: Adams and Dart.
43. *Hudson, K.* (1969) *Industrial Archaeologist's Guide. 1969–70* (with Neil Cossons) Newton Abbot: David & Charles, new edition 1971.
44. *Landry, C. and Matarasso, F.* (1999). *Balancing act: twenty-one strategic dilemmas in cultural policy.* Council of Europe Publishing. 61 p.
45. *Landry, C. and Caust, M.* (2017) *The Creative Bureaucracy and its Radical Common Sense.* Comedia. 84 p.
46. *Levinson, P.* (1999) *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium.* Routledge. 240 p.
47. *Looseley, D.* *Cultural Policy in France Since 1959: arm's length, or 'up close and personal?' 2001.* Nordisk Kultur Institut / Publikationen indgår i forskningsprojektet "Nordisk Kulturpolitik under Forandring". 11 p.
48. *Matarasso, F.* (1997) *Use or Ornament? The Social Impact of Participation in the Arts.* Comedia, Stroud. 111 p.
49. *McLuhan, M.* (1962) *The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man.* Toronto, Canada: University of Toronto Press. Pp. 293.

50. Nye, Joseph, S., Jr. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs. 191 p.
51. *Pachter, M.; Landry, Ch.* (2001) *Culture at the Crossroads: Culture and Cultural Institutions at the Beginning of the 21st Century*. Comedia, Stroud. 114 p.
52. *Pascual, J.; Dragojević, S.* (2007) *Guide to Citizen Participation in Local Cultural Policy Development for European Cities*. Barcelona; Bucharest; Amsterdam: Interarts Foundation, ECUMEST Association, European Cultural Foundation. 68 p.
53. *Poirrier, P.* *French Cultural Policy in Question, 1981–2003 // After the Deluge, New Perspectives on Postwar French Intellectual and Cultural History*, Lexington Books, pp.301–323, 2004.
54. *Pratt, A. C.* (2005) *Cultural industries and public policy // International journal of cultural policy*, 11 (1). pp. 31–44.
55. *Richards, G., Palmer, R.* (2010) *Eventful City*. London: Routledge. 534 p.
56. *Rivière, G.-H.* (1985). *The Ecomuseum: An Evolutive Definition // Museum*. Vol. XXXVII, 4. P. 182–184.
57. *Smith, L.* (2006) *The Uses of Heritage*, Routledge, London. 368 p.
58. UNCTAD / UNDP. *Creative Economy: A Feasible Development Option*. Report 2010. United Nations. 418 p.
59. UNCTAD. *Creative Economy Outlook 2022*. United Nations.
60. *Compendium of Cultural Policies and Trends*. URL: <https://www.culturalpolicies.net/>
61. ЮНЕСКО (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO). URL: <https://www.unesco.org/en/culture/about>
62. *Mexico City Declaration on Cultural Policies, World Conference on Cultural Policies Mexico City, 26 July - 6 August 1982*. URL: <https://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/01.%20Mexico%20City%20declaration.PDF>
63. *Европейский музейный форум (European Museum Forum, EMF)*. URL: <https://europeanforum.museum/>
64. *Сеть европейских музейных организаций (Network of European Museum Organisations, NEMO)*. URL: <https://www.ne-mo.org/>
65. *Благотворительная программа «Музеи Русского Севера»*. URL: <https://museums.severstal.com/about/>
66. *Проект El Sistema Хозе Антонио Абреу*. URL: https://www.ted.com/talks/jose_antonio_abreu_the_el_sistema_music_revolution
67. *Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии, 2001*. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/cultural_diversity.shtml
68. *Конвенция ЮНЕСКО об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения, 2005*. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_expression.shtml

Документы, литература и источники

69. Совет Европы (Council of Europe). URL: <https://www.coe.int/en/web/portal>
70. Европейская культурная конвенция (European Cultural Convention, 1954). URL: <https://rm.coe.int/168006457e>
71. Рамочная конвенция о значении культурного наследия для общества (Convention on the Value of Cultural Heritage for Society (Faro Convention), 2005). URL: <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/faro-convention>
72. Библиотеки и музеи Европы в эпоху перемен (The Libraries and Museums of Europe in Times of Change, 2016). URL: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/X2H-Xref-ViewPDF.asp?FileID=22308&lang=en>
73. Музейный приз Совета Европы. URL: <https://pace.coe.int/en/pages/museumprize>
74. Международный совет музеев, ИКОМ (International Council of Museums, ICOM). URL: <https://icom.museum/en/>
75. Международная федерация библиотечных ассоциаций и учреждений, ИФЛА (International Federation of Library Associations, IFLA). URL: <https://www.ifla.org/>
76. Европейская сеть по вопросам культурной политики и менеджмента в культуре (ENCATC). URL: <https://encatc.org/>
77. Европейский журнал по вопросам культурного менеджмента и культурной политики (European Journal of Cultural Management and Policy). URL: <https://www.frontierspartnerships.org/journals/european-journal-of-cultural-management-and-policy>
78. За пределами городов: культурная политика для сельских районов Европы, 2020. URL: https://cultureactioneurope.org/wp-content/uploads/2020/03/Beyond-the-urban_Joint-policy-paper.pdf
79. Culture Action Europe (CAE). URL: <https://cultureactioneurope.org/>
80. International Network for Contemporary Performing Arts (IETM). URL: <https://www.ietm.org/en>
81. The European Network of Cultural Centres (ENCC). URL: <https://encc.eu/>
82. Trans Europe Halles (TEH). URL: <https://www.teh.net/>
83. Artfactories. URL: <http://www.artfactories.net/>
84. Глобальная сеть культурных районов (Global Cultural Districts Network, GCDN). URL: <https://gcdn.net/about-us/>
85. Институт ERICARTS. URL: <https://ericarts-institute.org/organisation.php>
86. Compendium of Cultural Policies and Trends. URL: <https://www.culturalpolicies.net/>
87. Креативная Британия (Creative Britain: New Talents for the New Economy, 2008). URL: <https://static.a-n.co.uk/wp-content/uploads/2016/12/Creative-Britain-new-talents-for-the-new-economy.pdf>
88. Движение «Архнадзор». URL: <https://www.archnadzor.ru/>
89. Museum Association, UK. URL: <https://www.museumsassociation.org/>

М.Б. Гнедовский

Культурные стратегии

90. Российская библиотечная ассоциация. URL: <https://www.rba.ru/>
91. Ассоциация менеджеров культуры. URL: <https://amcult.ru/>
92. Конвенция ЮНЕСКО об охране всемирного природного и культурного наследия, 1972. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml
93. Фестиваль креативной бюрократии (Creative Bureaucracy Festival). URL: <https://creativebureaucracy.org/>
94. Атлас креативных кластеров Российской Федерации. URL: <https://www.unitedclusters.ru/library>
95. Фонд Михаила Прохорова. URL: <https://www.prokhorovfund.ru/>
96. Фонд Владимира Потанина. URL: <https://fondpotanin.ru/>
97. Фонд Елены и Геннадия Тимченко. URL: <https://fondtimchenko.ru/>

Курс лекций

Михаил Борисович Гнедовский
Культурные стратегии

Редактор: Е. В. Хомутичкина

Издатель:

ОАНО «Московская высшая школа
социальных и экономических наук»

125009 г. Москва, Газетный пер.,
д. 3-5, стр. 1

Подписано в печать 10.07.2025.
Формат 60 x 90/16.
Цена свободная

16+

ISBN 978-5-6053489-6-2



9 785605 348962 >

Четкость позиции автора, понятность её изложения, широкий контекст, полемичность, заложенные в каждой лекции, мотивируют читателя думать, взвешивать, соотносить, искать ответы, смотреть на привычные явления под новым углом зрения, менять свое отношение и профессиональную оптику.

Таким образом, курс лекций М. Гнедовского доходчиво объясняет почему важно понимать, что такое культурная политика и культурные стратегии, какими они бывают, как проявлялись и проявляются в жизни и в практике разных стран в разные эпохи, в разных исторических обстоятельствах и кто был их действующими лицами (субъектами).

О.В. Сеницына,

независимый эксперт в области музейного и библиотечного развития и международного культурного сотрудничества, член Совета Ассоциации менеджеров культуры, национальный представитель комитета СЕСА ИКОМ в России, член Президиума Ассоциации АДИТ, член Экспертного совета Фонда Михаила Прохорова.

Особенностью курса является глубокое исследование исторического контекста, а также анализ таких понятий и вопросов как национальное государство, роль средств коммуникации в культурном развитии, появление профессии менеджера культуры, трансформация культурных институтов, постиндустриальное развитие, особенности креативной экономики, и т.д. Автор не только рассматривает четыре модели культурной политики, возникшие в Европе в период после Второй мировой войны, но и исследует важнейшие вопросы трансформации культурной политики постсоветского пространства — от позднесоветской культурной политики 1980-х годов к политике эпохи перестройки и далее — к формированию культурной политики новой России.

С. А. Капков

заведующего учебно-научной лабораторией «Центр исследований экономики культуры, городского развития и креативных индустрий» на экономическом факультете МГУ имени М. В. Ломоносова.