

*Быстрова В.С.,
студент 2 курса магистратуры
факультета «Государственного и муниципального управления»,
Северо-Западного института управления — филиал РАНХиГС,
Россия, г. Санкт-Петербург.*

**ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ БРЕНДА
«КУЛЬТУРНОЙ СТОЛИЦЫ XXI ВЕКА»**

Аннотация: в статье дается определение понятию «Культурная столица XXI века», на основании чего выявляются аспекты соответствия Санкт-Петербурга данному бренду. Идентифицируются ключевые проблемы реализации культурной политики города на данном этапе, и предлагаются пути их решения для поддержания устойчивого развития Санкт-Петербурга.

Ключевые слова: проблемы культурной политики, Санкт-Петербург, бренд, сфера культуры.

**THE PROBLEMS OF CULTURAL POLICY OF ST. PETERSBURG
WITHIN THE FRAMEWORK OF THE BRAND CONCEPT «CULTURAL
CAPITAL OF THE XXI CENTURY»**

Annotation: the article defines the notion «Cultural capital of the XXI century», on the basis of which the aspects of St. Petersburg's conformity to this brand are revealed. Key problems of realization of the city's cultural policy at this stage are identified, and ways of their solution are proposed to support the sustainable development of St. Petersburg.

Key words: problems of cultural policy, St. Petersburg, brand, sphere of culture.

Управление учреждениями культуры в городе федерального значения, как и политика в этой области по-прежнему находятся в центре внимания социологических, экономических и политических наук. Исходя из этого, необходимость совершенствования культурной политики остается одним из ключевых вопросов, как на государственном, так и на региональном уровне власти.

Культура – это многогранное сложное явление, которое является отражением реалий современности. В данном случае, следует отметить, что Санкт-Петербург, который в течение многих лет позиционируется как культурная столица России, в какой-то степени, является для многих городов России эталоном и находится в авангарде в сфере культурной жизни.

Стоит отметить, что термин «культурная столица» уже много лет выступает как некий бренд, которым пользуется город. В данном случае, под «брендом» подразумевается совокупность ценностных характеристик, представлений и ассоциаций о Санкт-Петербурге в сознании обывателей.

В своем исследовании В.Ю. Пашкус и А.У. Булина отмечают: если «город заявляет о себе как о «культурной столице», это уже определенная концепция бренда» [12, с. 41]. В тоже время, концепция «культурной столицы» в большей степени воспринимается самими жителями города не как элемент внутренней политики, а как механизм привлечения туристов, ориентированный на иностранцев и гостей города. Закономерным следствием является тенденция сужения термина «культурная столица».

Однако в Законе Санкт-Петербурга «О политике в сфере культуры в Санкт-Петербурге» от 11.01.2011 № 739-2 (ред. от 22.04.2015) одной из ключевых целей культурной политики выделяется укрепление статуса города, как одного из центров культуры и культурно-исторического наследия в РФ и мировом сообществе [2]. Вместе с этим, одной из целей государственной программы Санкт-Петербурга «Развитие сферы культуры в

Санкт-Петербурге» является формирование имиджа культуры как основного конкурентного преимущества города [3].

Так же, в принятой в июле 2014 г. «Стратегии экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2030 г.» намечен план, что Санкт-Петербург 2030 г. это, прежде всего, город для жизни, историко-культурный центр мирового значения, образовательный, научный и инновационный центр, столичный город, центр высокотехнологичной промышленности и креативных индустрий, деловой, управленческий и туристский центр и т.д. [5].

Рассмотренные выше законодательные акты позволяют заключить, что поддержание бренда «культурная столица» является одним из приоритетных направлений в государственной политике Санкт-Петербурга.

В упомянутой «Стратегии 2030» отмечено, что развитие сферы культуры в Санкт-Петербурге характеризуется «позитивной динамикой», что связывается, прежде всего, с количественными показателями – увеличением числа посетителей музеев. Как отмечается далее, из-за увеличения масштабов активного использования электронных ресурсов наблюдается спад в работе библиотечной системы и издании литературы. По сравнению с 2005 г. к 2012 г. в городе сократилось число общедоступных библиотек с 286 до 255 единиц. Более того, за этот же период снизилось число зарегистрированных пользователей: с 1354 тыс. чел. до 1259 тыс. чел. Сократился общий тираж книг и брошюр - с 51,8 млн. до 24,4 млн. экземпляров [5]. Примечательно, что остальные проблемы, выделенные в «Стратегии 2030», снова повторяют практически те же пункты, что и Концепции второй половины нулевых годов [4].

В сложившейся ситуации, таким образом, четко видна необходимость пересмотра концепции бренда «культурная столица» и взятие курса на совершенствование как самой культурной политики города, так модернизации учреждений, в ведомстве которых находится данный вопрос.

Прежде чем перейти к характеристике основных проблем сферы культуры, имеющих в Санкт-Петербурге, необходимо кратко обозначить термин «Культурная столица XXI», который, как представляется, обеспечит подкрепление положений указанных в «Стратегии 2030».

Бренд «Культурная столица XXI века» подразумевает под собой, современный город, который предоставляет комфортные условия проживания, и в котором жители активно участвуют в культурной жизни. Помимо этого, учреждения культуры в данной столице должны быть обеспечены самыми современными технологиями, способствующими дальнейшему развитию современного искусства и реализации творческого потенциала населения.

Исходя из указанного определения, можно очертить и круг проблем, которые требуют решения. В первую очередь, это ситуация в самих учреждениях культуры. По мнению председателя Комитета по культуре К.Э. Сухенко, поддержание образа «культурной столицы» в сознании людей воспринимается, в первую очередь, как развитие общеизвестных учреждений культуры федерального уровня, таких как Мариинский театр и Эрмитаж. Что же касается малых городских музеев, библиотек, концертных залов и т.д., то это все отходит на второй план. Сухенко отмечает, что, не смотря на малую популярность, эти организации должны стать «такими же яркими и самобытными» [6]. Так, ввиду сложившегося традиционного акцента на крупных культурных комплексах федерального уровня представляется целесообразным выявить оптимальный баланс между популярными учреждениями культуры и мало задействованными локальными ресурсами.

Важно отметить и то, что любой брендовый город становится привлекательным для инвестирования. Следовательно, модернизация старого бренда «культурной столицы» представляется крайне важным элементом для дальнейшего устойчивого развития городской среды.

Проблемы сферы культуры города можно разделить на два блока: внешние и внутренние. Среди внешних проблем в первую очередь следует выделить постановку и реализацию рекламных кампаний в СМИ. В своей сущности она достаточно локализована и не выходит за рамки некоторых сообществ в сети Интернет, при этом степень обновления информации и охват аудитории остаются на низком уровне. Зачастую о тех или иных событиях и мероприятиях горожане узнают относительно поздно, чему также способствует отсутствие повтора информации через короткое время (с периодичностью в несколько дней). Тематические сообщества в социальных сетях предпочитают не организовывать систему обратной связи с пользователями (в виде опросников, рейтингов, голосования и т.д.). На фоне всего вышеперечисленного, однако, имеется тенденция коммерциализации рекламы, что сужает количество рекламодателей и отталкивает учреждения культуры от подобных вариантов. Отсюда вытекает и следующая проблема – работа веб-сайтов самих организаций культуры.

Современная компьютеризация требует от каждого учреждения наличия удобного в использовании и понятного для пользователя сайта, на котором бы размещалась актуальная информация не только о деятельности учреждения, но и о самих мероприятиях. Однако зачастую сайты становятся отпиской сотрудников для вышестоящей инстанции. Они не редактируются, интерфейс представляется весьма неудобным и зачастую отсутствует иллюстративный материал.

К внутренним проблемам учреждений культуры можно также отнести недостаточное оснащение материально-технической базы. По данным Общественного совета по проведению независимой оценки качества оказания услуг организациями культуры, в ходе проведенной в 2017 г. независимой оценки учреждений культуры Санкт-Петербурга, из всех показателей из 10 баллов не набрали и 2 критерии раздела «Доступность услуг для лиц с ограниченными возможностями здоровья» [9]. Таким

образом, до сих пор остается актуальной проблема переоборудования учреждений. Часто вместо того, чтобы оснастить здание автоматизированным лифтом для передвижения людей с ограниченными возможностями, руководство предпочитает перекладывать эти обязанности на внутренний персонал, что, в долгосрочной перспективе, может вести к снижению качества обслуживания. Отсутствие точек доступа к бесплатному беспроводному интернету, устаревший ремонт фасадов и внутренних помещений также способствуют сокращению числа потенциальных посетителей.

По мнению Е.В. Куштаниной, важным является подход порайонного принципа равномерного распределения услуг в вопросах доступности культурных благ для населения [7]. Данная особенность - один из важнейших факторов успешной реализации культурной политики. Это особенно заметно на примере Санкт-Петербурга. Так, по данным перечня учреждений культуры в Санкт-Петербурге, можно отметить следующую тенденцию: из восемнадцати районов только в трех количество организаций превышает более десяти [13]. При этом большая часть расположена в одном районе, Центральном, тогда как на периферии учреждения культуры зачастую отсутствуют. В связи с этим, возникает проблема недостаточной обеспеченности Санкт-Петербурга учреждениями культуры в пешей или транспортной доступности в отдаленных районах. Оптимальное время, затрачиваемое для того, чтобы добраться до учреждения культуры, не должно превышать 30 мин. В противном случае, существует высокая вероятность малого потока посетителей вследствие отдаленности объекта или наличия проблем с транспортом.

С каждым годом так же актуализируется проблема падения интереса со стороны жителей города к посещению городских библиотек. Причин для этого много. В первую очередь, следует выделить проблему доступности литературы для среднестатистического горожанина. В отличие от советского

времени, когда книга была в дефиците, современный россиянин может приобрести художественную и специальную литературу по доступной цене в магазинах, либо скачать с интернет-сайтов. Библиотеки страны, даже такие крупные как РНБ и РГБ, обслуживают преимущественно научные кадры и студентов вузов, а не рядовых читателей, что порождает проблему переориентации данных учреждений для функционирования в новых условиях (исходя из выше указанных показателей «Стратегии 2030»). Это особенно важно для городских библиотек Санкт-Петербурга, так как оптимизация их деятельности, помимо расширения аудитории посетителей, включает в себя рационализацию расходов средств городского бюджета с поправкой на заявленные положения «Стратегии 2030» и их большее вовлечение в круг приоритетных направлений деятельности Комитета по культуре.

Немаловажной остается проблема кадрового потенциала. Здесь, помимо прочего, сказывается недостаточная квалификация работников сферы культуры, и, прежде всего, административного аппарата: зачастую отсутствие профильного образования, опыта работы в определенном направлении, нехватка профессиональных умений и навыков отражаются на качестве оказываемых услуг. Новые сотрудники, зачастую, не обладают в должной степени необходимыми личностно-деловыми качествами, навыками развитой коммуникации, ответственности, организаторскими способностями и др.

Общеизвестным является тот факт, что высших учебных заведений, которые готовят управленцев в сфере культуры, в стране не так много. Одним из таких, с недавнего времени, стал РАНХиГС [11]. «Управление в сфере культуры, образования и науки» – это уникальная для России комплексная программа, которая позволит не только получить системные знания, необходимые для применения в конкретной сфере профессиональной деятельности, но и научиться работать с эффективной управленческой

стратегией. К сожалению, данное направление образовательной программы существует только в московском отделении, и вопрос его появления в Санкт-Петербургском филиале по сей день остается открытым.

Помимо этого, ситуацию относительно низкого уровня компетентности персонала в сфере культуры, можно улучшить посредством бесплатного обмена опытом в нерабочее время. А именно, сделать посещение всех учреждений культуры бесплатным для всех работников данной сферы. Подобная практика существует внутри музейного сообщества города, но не распространяется на сотрудников других культурных организаций. На мой взгляд, это бы повысило уровень посещения культурных мероприятий не только самими работниками за счет бюджетных средств, но и членами их семей, друзьями или родственниками (на платной основе).

Следующим вопросом указанной сферы является проблема корпоративной культуры и «старение» персонала. Ценности и нормы работников зачастую не соответствуют представлениям об эффективной работе. Отдельные представители негативно относятся к изменениям, которые могут разрушить фундамент традиционно сложившейся структуры.

Среди административно-управленческого аппарата наиболее многочисленна категория работников старше пятидесяти лет, которым зачастую сложно приспособливаться к современным технологиям и разрабатывать эффективную стратегию развития того или иного учреждения культуры и проводить ребрендинг организации.

По мнению некоторых исследователей, Санкт-Петербург до сих пор остается консервативным городом с высокой степенью академичности [8, с. 100]. Однако понятие «города-музея» ни коем образом не должно пониматься обществом как нечто «старое» и неподвижное. Наоборот, как показывает европейский опыт (оснащенные современными технологиями итальянский Музей естественных наук MUSE и Шведский Музей Средиземноморья в Стокгольме, целые кварталы городов, посвященные стрит-арту в Брюсселе,

Лондоне и др.), объекты культуры могут и должны быть интерактивными и идти в ногу со временем. На протяжении всей своей истории Петербург впитывал в себя множество стилей и художественных направлений, однако, в настоящее время, в городе недостаточно внимания уделяется современному искусству, что, исходя из концепции нового бренда «Культурная столица XXI века», является недопустимым.

Так, в городе с июня 2016 г. существует Институт исследования и развития стрит-арта, который вскоре после открытия стал принимать активное участие в культурной жизни Санкт-Петербурга (проводя открытые лекции, выпуская статьи и т.д.). Однако это частная инициатива, по сей день ни на федеральном, ни на региональном уровне нет отдельного законодательства, регламентирующего эту сферу культурной деятельности. В Федеральном законе «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 05.12.2017) стрит-арт не рассматривается как отдельное направление сферы культуры [1], и таким образом до сих пор не является объектом правовой охраны, что закономерно ведет за собой массу конфликтов. К примеру, как сообщает «Российская Газета», закрашивание в 2017 году широко известного в городе граффити, посвященного жертвам теракта в петербургском метро, вызвало серьезный общественный резонанс [10].

Таким образом, необходимым представляется разработать законодательный акт, в котором должны быть прописаны соответствующие нормативы, такие как уточнение терминологии, классификация, ограничения (запрет на использование тематики пропаганды насилия, разжигания межнациональных и межэтнических конфликтов, войны и т.д.) и так же оговорена территория, на которой будет реализовываться это направление конкретно в Санкт-Петербурге. Примером может послужить санкционированное местными властями создание объекта стрит-арта на стене многоэтажного дома в Приморском районе в 2008 г. в рамках

культурного фестиваля арт-художников [14].

Санкт-Петербург является мегаполисом и соответственно имеет колоссальный потенциал для реализации творчества уличных художников. Приоритетным в этом вопросе представляется задействование ресурсов промышленных и новых развивающихся районов города, таких как Колпинский, Калининский, Кировский и т.д. Так же, представляется необходимым создать Совет по реализации стрит-арта, который будет проводить мониторинг мнения жителей города для создания того или иного арт-объекта (выбор площадки, тематика произведения и т.д.). Видится необходимым разработать механизмы монетизации этого направления и привлечения инвесторов. Чем больше арт-объектов в городе, тем большим становится поток туристов.

В заключении следует отметить, что наличие проблем в области культуры Санкт-Петербурга не означает, что они являются непреодолимым препятствием для превращения города в «Культурную столицу XXI века». Напротив, они решаемы. Для этого требуется переориентация политики в области культуры, с опорой на современные мировые тенденции. В свою очередь, решение этих проблем позволит не только перейти к поддержанию нового бренда «Культурной столицы XXI века», но и привлечь новых инвесторов, тем самым обеспечив дальнейшее процветание и повышение устойчивого развития города.

Список литературы:

1. Федеральный Закон РФ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 05.12.2017) // [Электронный ресурс]. URL: <http://gov.spb.ru/> (Дата обращения: 10.04.2018)
2. Закон Санкт-Петербурга «О политике в сфере культуры в Санкт-Петербурге» от 11.01.2011 № 739-2 (ред. от 22.04.2015) // [Электронный

ресурс]. URL: http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_culture/law/ (Дата обращения: 10.04.2018)

3. Постановление правительства Санкт-Петербурга «О государственной программе Санкт-Петербурга «Развитие сферы культуры в Санкт-Петербурге» от 17.06.2014 г. N 488 (с изм. на 28.02.2018 г.) // [Электронный ресурс]. URL: <https://gov.spb.ru/law?d&nd=891843756&nh=0&ssect=1> (Дата обращения: 12.04.2018)

4. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 4.04.2006 № 350 «О Концепции развития сферы культуры Санкт-Петербурга на 2006-2009 годы». // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gov.spb.ru/law?d&nd=8429914&prevDoc=8486039> (Дата обращения: 12.04.2018)

5. Постановление правительства Санкт-Петербурга «О Стратегии экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2030 года» от 13.05.2014 N 355 // [Электронный ресурс]. URL: http://spbstrategy2030.ru/?page_id=102 (Дата обращения: 12.04.2018)

6. Глава комитета по культуре Петербурга К.Сухенко: «Город должен удерживать передовые позиции в развитии всех сфер культуры» // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.interfax-russia.ru/NorthWest/exclusives.asp?id=618940> (Дата обращения: 01.04.2018)

7. *Куштанова Е.В.* Региональная культурная политика: государственные обязанности в сфере культуры в региональном законодательстве // Правовые аспекты государственного и муниципального управления 2016. № 2. С. 114.

8. *Лобанова Ю.В.* Проблема стиля городской культуры (на материале Санкт-Петербурга) // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2017. № 4 С. 100.

9. Официальный сайт для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях // [Электронный ресурс]. URL: <http://bus.gov.ru/pub/independentRating/detailsNew/24582>

(Дата обращения: 01.04.2018)

10. Официальный сайт Российской Газеты // [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2017/12/06/reg-szfo/v-sankt-peterburge-zakrasili-graffiti-pamiati-zhertv-terakta-v-metro.html> (Дата обращения: 15.04.2018)

11. Официальный сайт Российской академии народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ranepa.ru/en/zhurnalist/intervyu-s-direktorami-programm/upravlenцев-v-sfere-kultury-obrazovaniya-i-nauki-gotovyat-v-ranhigs> (Дата обращения: 15.04.2018)

12. Паикус В.Ю., Булина А.У. Социально-культурная сфера как важнейшая составляющая бренда Санкт-Петербурга // Социальная сфера 2013. № 43 (322). С. 47.

13. Перечень организаций, подведомственных Комитету по культуре Санкт-Петербурга // [Электронный ресурс]. URL: http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_culture/podvedomstvennye-uchrezhdeniya/ (Дата обращения: 15.04.2018)

14. Meeting of Styles 2008 // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lookatme.ru/flow/moda/street/25095-meeting-of-style-2008> (Дата обращения: 14.04.2018)