

Имиджевое предпринимательство – шаг вперед!



ВОЛОБУЕВА
Мария Викторовна,
член художественно-
экспертного совета
при Министерстве
промышленности и науки
Свердловской области

Любое производство держится на трех китах – уникальность технологии, руки мастера и спрос. Без спроса любая технология превращается в пыль. И если речь заходит о въездном туризме, то принимающая сторона должна предложить ряд сопутствующих турпродуктов. А именно – качественное обслуживание, запоминающиеся интерактивные программы и уникальный территориальный сувенир.

Если на сегодняшний день учебные заведения Свердловской области справляются с задачей подготовки кадров в сфере сервиса и туризма, то в сфере подготовки специалистов народных художественных промыслов (НХП) бешеного конкурса не наблюдается, плюс к этому (точнее, минус) и на выходе можно не досчитаться более половины от поступивших.

Плач по Даниле-мастеру

Как проводят досуг современные дети? Интернет, гаджеты, шопинг, блокбастеры – слова, понятные любому младенцу. А спроси современного подростка, что он знает о древе жизни, об урало-сибирской росписи, о прорезной и филигранной бересте, о нижнетагильских подносах, о каменных горках... в лучшем случае вспомнится из обязательной школьной программы хрестоматийный образ Данилы-мастера.

Еще живы некоторые производства, еще помнится старая школа мастеровых, но учителей все меньше, потому как нет учеников. Любая проблема решается, если есть люди, действительно чувствующие, мыслящие и переживающие эту проблему. В настоящее время представители малого и «очень малого» бизнеса пытаются практически на энтузиазме сохранить то, что так бережно хранили наши предки, передавая из поколения в поколение, – ремесло, свое профессиональное мастерство.

Кто же такой «мастер» и нужны ли мастера в современном технократическом обществе? По данным Википедии, **Мастер** – человек, превосходно знающий свое ремесло, достигший высокого искусства в своем деле, вкладывающий в свой труд смекалку, творчество, делающий предметы необычные и оригинальные. А также **Мастер** – это наставник начинающего рабочего (ремесленника). Остановимся на этом подробнее.

На протяжении многих веков действовала одна и та же схема – мастеровые люди держали в своих мастерских подмастерьев, которые, в свою очередь, впитывали все основы производства от «а» до «я» на протяжении несколь-

ких лет. И только после этого они переходили в помощники, имели право на конкретные профессиональные действия, а уж если повезет и через много лет, постигнув тайны и овладев всеми секретами мастерства, а быть может, еще и усовершенствовав технологии, становились Мастерами.

Нужны ли мастера в XXI веке?

Темпы развития современных производств заставляют восторгаться и восхищаться. Миллионные тиражи за минимальные сроки, высокотехнологичное оборудование, нанотехнологии и прочее, и прочее. Жизнь стала стремительной и интересной. Но как в таком потоке информации и технологий чувствует себя мастер народно-художественных промыслов (НХП)? Ведь его труд – это, прежде всего, ручная работа, работа сердца и души, чувств и эмоций. Каждый мастер, создавая свою работу, – долго вынашивает идею и переживает ее рождение.

Последние 6 лет моя деятельность выходит далеко за пределы Уральского региона. Участие в многочисленных разноуровневых мероприятиях, поддерживающих НХП, подтверждает мнение, что интерес к ручному труду огромен. Изделия народных художественных промыслов – это идентификатор территории, составная часть его образа и имиджа в целом.

Мои поездки начинались с изучения соседних областей – Тюмень, ХМАО, Ямал, где давно и слаженно взаимодействуют традиционные художественные промыслы и все заинтересованные в продвижении территорий структуры. Благодаря программе по сохранению малых коренных народов Севера, поступают госзаказы на сувенирную продукцию, происходит обмен опытом с коллегами из Канады, Финляндии, Норвегии, проводятся тематические фестивали: Фестиваль финно-угорских народов «Югра» (Ханты-Мансийск), «Ямальский сувенир» (Салехард), «Лукоморье» (Ноябрьск).

Спрос, сформировавшийся на современном рынке (влияние СМИ, образовательные программы, реклама, ТВ), не способствует пока

популяризации художественных традиций Урала. Свердловская область стремится занять ведущие позиции в кросскультурных коммуникациях, повысить инвестиционную привлекательность территории, активно развивать международные контакты, но без качественной аутентичной сувенирной продукции эти контакты бессмысленны. Какую память привезет гость на родину – уникальную филигранную шкатулку из бересты, выполненную в технологии, не имеющей аналогов в мире, или традиционный уральско-заирский малахит?

Туристический образ Урала

По данным туристических порталов интерес среди россиян к экскурсионному туризму падает – предлагаемые экскурсии морально устарели, стоимость их не соответствует качеству. Так, генеральный директор ярославской компании «Волга-тур» Юлия Скороходова считает, что современным туристам хотелось бы увидеть что-то необычное, эффектное и завораживающее, а не банальное передвижение от одного исторического объекта к другому. Иностранцы туристы едут в Россию за экзотикой. Им интересно побывать в настоящей русской избе, где угощают блюдами, приготовленными в русской печи, принять участие в мастер-классах по традиционным русским ремеслам.

Создавая туристический имидж Урала, важно не стать общероссийским клоном. Образ России раскручен не нами, куда ни посмотри – везде избы стоят, бабы в сарафанах, мужики на гармошке играют, медведи пляшут. Урал же – это не традиционная изба с блинами и пирогами, точнее, не только изба и не просто изба. Перечитайте Бажова... В традиционной уральской избе происходили таинства ремесленничества и мастерства – обрабатывали камни и создавали шедевры, ценившиеся не в одном царском дворце. Да и Урал – это промышленные города, серьезный слаженный механизм, где все работает и взаимодействует. Здесь иной менталитет. А значит, и подходы к образу территории должны быть иные.

Стоит задача формирования имиджа Свердловской области в структуре Большого Урала, что даст возможность расширить представление о многогранности образов России и привлечь туристов в наш регион. Добрая половина иностранных туристов после посещения Центральной России, в частности Золотого кольца, едут в Сибирь, но едут-то они туда через Урал. Стоит подумать о планомерной организации событийных мероприятий, таких, как, например, ежегодный фестиваль в Трабзоне (Турция), когда художники и мастера привозят свои работы, оставляя их в музеях города как кусочек своей родины, и увозят массу впечатлений и кусочек той территории, где завязались дружественные и культурные связи.

Кое-что в этом направлении уже делается. Так, с марта по май 2013 года в Нижнем Тагиле была проведена первая международная открытая художественная выставка «Женщина

в искусстве». Участниками данного мероприятия были почти 200 художников и мастеров из 7 стран мира. Для Нижнего Тагила, да и для Свердловской области, это было действительно культурное событие. Ранее, в 2009-м, в период проведения форума ШОС, при государственной поддержке проходил международный фестиваль народных промыслов, где на одной площадке собрались уральские мастера и их коллеги из Киргизии, Казахстана, Таджикистана.

Мы давно готовы организовать и провести международный промысловый и художественный фестиваль в Свердловской области, как это делают наши коллеги во всем мире, но, полагаясь только на энтузиазм, качественно все сделать невозможно.

Возрождение ремесленничества и НХП

Сегодня мы говорим о том, что в нашем регионе зарождается новый (или возрождается старый) сектор экономики – ремесленничество. Но надо понимать, что ремесленничество – это не коммерция в классическом понимании, это особый вид деятельности, который не может существовать сам по себе. Без взаимодействия с властью и крупным бизнесом он так и останется в тени. В настоящее время ремесленные предприятия накапливают опыт деятельности в секторе малого предпринимательства и выстраивают свою экономическую деятельность, исходя из потребностей на рынке в изделиях утилитарного характера, при этом явно уступая в конкуренции активным мировым производителям подобного рода продукции (Китай, Индия, Турция).

Особенные трудности испытывают предприятия, сохраняющие традиции Уральского искусства и народно-художественных промыслов. В настоящей рыночной ситуации они вынуждены либо выпускать пользующиеся спросом изделия, имеющие утилитарный характер, но не имеющие никакого отношения к художественным традициям, либо, оставаясь носителями технологий и традиционных художественных образов, выпускать на рынок минимальное количество высокохудожественных изделий, имеющих высокую стоимость и соответственно серьезные проблемы с реализацией.

Есть уже готовый европейский и мировой опыт регионов со сложившимися, в том числе семейными, традициями ремесленничества. Надо просто адаптировать его под нашу территорию. С развитием турбизнеса взаимодействие промыслов и ремесел Свердловской области с государственными структурами приведет к реальным результатам репрезентативности территории, которые не заставят долго ждать, особенно в преддверии крупных международных мероприятий.

Справка: ежегодный художественный фестиваль Femin@art проходит в турецком городе Трабзон. За 5 лет фестиваль привлек в маленький прибрежный город более 100 представителей из 26 стран мира.