

Б. С. ЖИХАРЕВИЧ,

доктор экономических наук, заведующий лабораторией Института социально-экономических проблем Российской академии наук, заместитель директора проектного бюро "Стратегический план для Санкт-Петербурга"

КУЛЬТУРА В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

1. Стратегический план — новая культура планирования

Санкт-Петербург, завершив 1 декабря 1997 года разработку Стратегического плана, стал первым городом в России, сумевшим создать не только документ принципиально нового типа, но и заложить основы новой культуры планирования, основанной на стратегическом партнерстве властей, бизнеса и общественности.

Стратегический план отличается от прежних планов, во-первых, определенной предметная специфика. Он не может быть планом обо всем, а должен быть сконцентрирован на очень небольшом числе проблем, на ключевых, наиболее перспективных направлениях, выявленных на основе анализа потенциала, сильных и слабых сторон геополитического положения города, возможных сценариев развития внешнего мира. Стратегический план содержит базовые идеи и принципы, а также видение будущего города, которые дают ориентиры для бизнеса, потенциальных инвесторов, властей и населения, помогая принимать оперативные решения с учетом перспективы.

Вторая определяющая особенность Стратегического плана связана с методом его создания на основе партнерства при разработке и реализации. Стратегический план не является чисто административным документом. Это, скорее, договор общественного согласия, свод согласованных, признанных разумными требований от предприятий и общества к администрации, договоренность о конкретных мерах, имеющих стратегическую важность для города, которые необходимо предпринять в интересах производителей и населения. Процесс стратегического планирования направлен на поиск общественного консенсуса, на вовлечение в принятие решений, а значит и в их реализацию, широкого круга активных лиц. Таким образом, в процессе планирования формируется новая культура планирования на базе механизма стратегического партнерства в городе — механизма совместного поиска стратегических ориентиров и обеспечения согласованных действий по их достижению.

Изменение внешних условий (геополитических и социально-экономических) поставило Санкт-Петербург перед необходимостью развития новых функций и новых источников существования. Причем впервые проблема поиска своего пути возникла как проблема

самоидентификации города, который сам, без диктата центра и без расчета на его поддержку, должен найти и закрепить собственное место на карте глобализированной мировой экономики и постиндустриального общества. Именно поэтому городу понадобился Стратегический план, который стал итогом действительно общегородского творчества, объединившего сотни специалистов.

На практике оказалось очень трудным соблюсти оба названных принципа одновременно. Чем шире становился круг участников разработки, тем больше ощущалось давление с их стороны в сторону расширения плана. Еще сложнее было договориться о приоритетах. В числе отраслей и сфер, претендовавших на роль стержня или локомотива развития Санкт-Петербурга, чаще всего упоминались транспорт, наука, промышленность и культура. Компромиссом, отражающим объективные обстоятельства, стал отказ от выбора одной или двух ведущих сфер. Санкт-Петербург в силу своего масштаба не может существовать за счет одной какой-то отрасли. Он может развиваться только как многофункциональный город. Тем не менее ряд сфер, и в частности культурная, выделены в Стратегическом плане особо.

Из всех понятий, раскрывающих характер взаимоотношений Санкт-Петербурга с миром, наиболее полно отвечает сути дела понятие “контактный центр” — международный многофункциональный контактный центр региона Балтийского моря и Северо-Запада России. В городе осуществляются и будут развиваться все формы контактов: торговые, финансовые, производственные, научные, культурные, политические. Контактный центр должен сочетать качества транспортного, делового, информационного, туристско-культурного центров. Для этого нужны соответствующая инфраструктура и поддержание контактной среды, для которой характерны открытость, безопасность, удобство, привлекательность, дружелюбие, красота, уникальность.

В соответствии с мировыми тенденциями в Санкт-Петербурге продолжатся изменения в структуре экономики, приводящие к увеличению доли услуг. По мере стабилизации экономики произойдет оживление сферы науки, образования, культуры и искусства — отраслей, стратегически важных для сохранения долгосрочных источников развития, для поддержания благоприятного имиджа города. Санкт-Петербург сохранит функции научного образовательного и культурного центра для близлежащих регионов России и места соответствующих контактов с сопредельными странами Балтийского региона, усилит свои позиции в качестве мирового центра культуры. Развитию этих функций должны помочь проекты празднования трехсотлетия города “Санкт-Петербург — 2003” и “Санкт-Петербург — культурная столица”.

На поддержку перспективных изменений ориентированы четыре стратегических направления: “Формирование благоприятного хозяйственного климата”, “Интеграция в мировую экономику”, “Улучшение городской среды”, “Формирование благоприятного социального климата”, в рамках которых формулируются отдельные цели. Действия по этим направлениям позволят городу реализовать свои конкурентные возможности.

Если говорить о главных проектах, на которые нацеливает Стратегический план, то среди них следует назвать четыре. Во-первых, это подготовка к празднованию трехсотлетия города, которая должна стать стимулом к многим и многим творческим инициативам, дать толчок инфраструктурным проектам. Во-вторых, — проект реконструкции исторического центра, призванный обеспечить сохранность величайшего архитектурно-культурного наследия и создать условия для его эффективного использования в современной хозяйственной деятельности. В-третьих, — развитие Морского порта, скоростных автомагистралей и всего транспортно-экономического комплекса, позволяющее укреплять позиции Санкт-Петербурга как европейских ворот России. В-четвертых, это создание лучшего в России хозяйственного климата как основы для привлечения инвестиций и эффективного экономического роста в конкурентоспособных отраслях промышленности, науки, образования. Продвижение по названным направлениям создаст основу и позволит приблизиться и к достижению главной цели — улучшению качества жизни

каждого петербуржца. Для этого в “Плане” предусмотрены и проекты социальной, экологической, коммунальной ориентации.

2. Культура в “Стратегическом плане Санкт-Петербурга”

Для петербуржцев особую ценность представляют культурные составляющие качества жизни, гуманизация среды, воссоздание и сохранение особого петербургского менталитета, наличие демократических возможностей для полного раскрытия творческого потенциала личности, рост свободы выбора во всех сферах. Если конкурентоспособность промышленности города может вызывать сомнения, то практически вне конкуренции стоит получившая мировое признание петербургская культура. Именно богатый культурный потенциал Санкт-Петербурга может сыграть уникальную роль в возрождении и процветании города, став не только самостоятельным продуктом, но и катализатором развития деловой активности во всех отраслях, прежде всего, в отраслях, связанных с развитием культуры и обслуживанием туристов.

Культура рассматривается в Стратегическом плане в трех аспектах.

2.1. Культура как бизнес

Преодолевая прежнее представление о культуре как чисто затратной сфере, существующей только за счет государственной поддержки. Стратегический план делает акцент на потенциале самофинансирования той части культуры, которая может адаптироваться к рыночному спросу. Такой взгляд требует изменение менталитета менеджеров культуры. Поскольку в условиях экономического спада в России внутренний платежеспособный спрос на культурные услуги сократился, особо актуальным становится “экспорт” культурного продукта либо путем доставки в город внешних потребителей, либо путем временных экспозиций, гастролей, культурных акций за рубежом.

Ключевой проблемой при этом становится международный маркетинг культурных событий Санкт-Петербурга с целью их превращения в продукт на рынке культурного туризма. Расширение “экспорта” культурных продуктов путем доставки потребителей в город возможно только в случае адекватного развития туристского сектора экономики города. Поэтому в Стратегическом плане культура и туризм рассматриваются в одном разделе как единый кластер, интегрирующийся в мировую экономику.

Мешают продвижению города на мировой рынок культурных и туристских услуг отсутствие необходимой современной инфраструктуры туризма, а также отсутствие финансирования активных рекламных маркетинговых кампаний. Основной проблемой в этой сфере является увеличение продаж туристского продукта, превращение культурных событий в культурно-туристский продукт, создание устойчивого образа уникальности Санкт-Петербурга и повышение его привлекательности для туристов. Как мощные инструменты маркетинга города рассматриваются в Стратегическом плане проекты празднования 300-летия Санкт-Петербурга и объявления города культурной столицей (в рамках создаваемой по образцу ЕС программы “Культурные столицы России”).

Тормозом туризма становится отсутствие общих условий: комфортной и безопасной среды, разнообразия гостиниц, системы информации. Улучшить общие условия пребывания — первая задача в этой сфере. Вторая задача состоит в поддержке организаций, работающих в сфере туризма и культуры, создания для них благоприятного нормативно-правового поля, снятия излишних барьеров при сохранении контроля качества. Третья задача — нацеленный на перспективные секторы рынка маркетинг города в целом и отдельных туристских продуктов.

На решение названных задач направлены меры, включенные в план: создание информационных центров для туристов, развитие гостиничной сети, маркетинг Санкт-Петербурга, подготовка менеджеров. Реализация этих мер будет усиливать позиции Санкт-Петербурга как мирового культурного и туристского центра.

2.2. Культура как катализатор бизнеса

Внимание к сфере культуры Санкт-Петербурга обусловлено еще и той ее ролью, которую она играет в общем имидже города, являясь одним из важнейших факторов, привлекающих в Санкт-Петербург деловых людей и инвестиции. Активный маркетинг инвестиционных возможностей Санкт-Петербурга не может не опираться и на культурную составляющую, очень важную для высокотехнологичных, наиболее перспективных отраслей. Без поддержки и развития сферы культуры оказываются мало реальными, утрачивают перспективу традиционные образы города как центра культуры, науки и образования, туристического центра и т. д.

И в этой связи снова нельзя не упомянуть приближающееся 300-летие города, которое предоставляет особую возможность активно использовать потенциал культуры и искусства Санкт-Петербурга в интересах маркетинга города. Это возможность формирования и реализации Международной программы подготовки к 300-летию со дня основания Санкт-Петербурга, рассчитанной на 5 лет. Презентация этой программы и самая широкая ее реклама позволят привлечь большее количество как российских, так и зарубежных туристов, в том числе лидеров бизнеса и потенциальных инвесторов.

2.3. Культура как стратегический ресурс

В отдельную цель Стратегического плана выделено развитие образовательного, культурного и духовного потенциала петербуржцев. Данная цель подразумевает воспроизводство и эффективное использование такого особого, уникального ресурса города, который может быть обозначен как петербургский культурный и духовный климат. Этот ресурс образуется из органического сочетания культурных, образовательных и духовных характеристик жителей города, которые традиционно придавали ему статус культурной, духовной столицы России. Имеется в виду комплекс социокультурных параметров — высокий уровень общего и специального образования, интенсивное приобщение к культурным ценностям, гражданственность, гордость за свой город, его историю и культуру, особый стиль общения, интеллигентность, вежливость.

Воспроизводство петербургского менталитета требует роста качества школьного образования при интенсификации включения детей, подростков и молодежи в общественную и культурную жизнь города. Здесь предусмотрен переход на образовательные стандарты, гарантирующие получение образования надлежащего качества и соответствующие статусу Санкт-Петербурга, как одной из столиц мировой культуры; внедрение независимой системы аттестации учащихся; реализация концепции “Воспитание петербуржца” и целевых программ художественного образования и поддержки детского творчества “Культура и дети”, создание учебно-методического комплекса “Петербургский учебник”. Все это в совокупности позволит интегрировать усилия в деле сохранения и приумножения петербургского духовного потенциала, который является одним из главных стратегических ресурсов города. Петербургские культура и образование обеспечат воспроизводство человеческих ресурсов, способных творчески трудиться во всех сферах, во всех отраслях специализации Санкт-Петербурга.

При этом формирование петербуржца, обладающего перечисленными выше качествами, — это еще и формирование квалифицированного потребителя культурных продуктов, а кроме того и потенциального мецената. Таким образом культура создает базу для развития как всего городского сообщества и городской экономики, так и собственно культурной сферы, культуры как бизнеса.