

УДК 008:379.85

ИМИДЖ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Бондарь М.В., Гужва А.Ю., Синенко С.И.

*ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»,
Владивосток, e-mail: improvis@rambler.ru*

Статья посвящена актуальному вопросу об имиджевом потенциале и проблемах учреждений культуры и искусства г. Владивостока и Приморского края. Многие театры и концертные организации являются не только культурным достоянием края, а также важнейшими объектами для туристского показа. Однако среди большинства этих учреждений не ведется целенаправленная работа по формированию и развитию положительного имиджа организации, что ограничивает культурные, экономические и туристские возможности края. Многие творческие организации до сих пор не готовы рассматривать туризм, как потенциальную возможность дополнительных доходов и имиджевого роста. Вместе с тем, в статье приведены примеры первого опыта взаимодействия и диалога между представителями приморской культуры и лидерами бизнес-среды, а также примеры внедрения первых экскурсий на базе театра оперы и балета в г. Владивостоке.

Ключевые слова: учреждения культуры и искусства, театры, имидж, Приморский край, туризм, экскурсии

CULTURAL AND ARTS INSTITUTIONS IMAGE IN TERMS OF FAR EAST TOURISM DEVELOPMENT IN CASE OF PRIMORYE TERRITORY

Bondar M.V., Guzhva A.V., Sinenko S.I.

*Federal State Budgetary Institution of Higher Professional Education «Vladivostok State University
of Economics and Service», Vladivostok, e-mail: improvis@rambler.ru*

The article is devoted to the matter of Primorye Territory and Vladivostok image potential and cultural and arts institutions problems. Many theatres and concert halls are not only cultural property of the Territory but also very important tourist attractions. However, most of these institutions do not take any special measures aimed at their positive image forming which leads to the limitation of cultural, economic and tourist opportunities in Primorye. Many creative companies and organizations are still not ready to consider tourism as an opportunity for additional income and image growth. At the same time there are examples of the first experience of interaction between Primorye culture and arts representatives and businessmen in the article. In addition, there are examples of the implementation of the first excursions based on Vladivostok opera and ballet theatre.

Keywords: institutions of culture and art, theater, image, Primorye Territory, tourism, excursions

Приморский край, являясь одной из крупнейших территорий Дальнего Востока России, занимает ведущую позицию в развитии туризма. Регион охватывает различные виды туризма: от экологического, культурного и развлекательного до делового и событийного. В Приморье происходят важнейшие события для всего Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР), такие как саммит АТЭС-2012, Восточный экономический форум, Международный Тихоокеанский туристский форум и другие. Особое рекреационно-географическое положение среди городов Приморского края занимает г. Владивосток. Уникальность его туристских ресурсов является важнейшим условием устойчивого развития города, повышения качества жизни его населения, формирования имиджа города как туристского центра Дальневосточного федерального округа [2].

Цель исследования – обратиться к опыту постановки проблемы по развитию культурного туризма на территории Приморско-

го края и выявить имиджевый потенциал учреждений культуры и искусства. Актуальность вопроса об имидже учреждений региона в том, что многие театры и концертные организации Приморья и г. Владивостока являются не только культурным достоянием края, а также и важнейшими объектами для туристского показа. Однако среди большинства этих учреждений не ведется целенаправленная работа по формированию и развитию положительного имиджа организации, что ограничивает культурные, экономические и туристские возможности края. При рассмотрении отдельных проблем имиджа учреждений культуры и искусства были задействованы методы наблюдения, сравнительного анализа, интервью.

В наиболее перспективных районах Приморского края с целью обеспечения конкурентноспособности инфраструктуры для внутреннего и въездного туризма, повышения инвестиционной привлекательности туристской отрасли, равномерного

территориального развития районов края была принята государственная программа (в 07.12.2012 г.) «Развитие туризма Приморского края на 2013-2017 годы». Реализация программы сопровождается с привлечением малого и среднего бизнеса, а также созданием мультипликативного эффекта занятости, т.е. привлечением специалистов из самых разных структур. В.В. Щур, начальник отдела реализации комплексных программ департамента международного сотрудничества и туризма Приморского края, подчеркнул, что «всё направлено на то, чтобы турист, посещающий Приморье, останавливался в нём не на 1 день, а как минимум на 2-3 дня» [5].

Несмотря на то, что в рамках осуществления культурной политики дальневосточного региона до сих пор остается слабым звеном аспект взаимодействия отрасли культуры с бизнесом, появились первые примеры зарождения диалогов между этими сферами. Так, весной 2015 года в г. Владивостоке Мариинский театр Приморской сцены поддержал инициативу Туристического центра ознакомиться с возможностями театра. Театр реально откликнулся на предложения со стороны представителей турбизнеса ввести практику проведения экскурсий на территории своего учреждения. В результате организованной встречи между сотрудниками театра и представителями турбизнеса были затронуты интересы почти полутора десятка туркомпаний. Это было сделано, во-первых, с целью организации такой работы, при которой туркомпания региона не оставались каждая сама по себе, а могли и хотели бы работать в тесных контактах. Во-вторых, чтобы сфера культуры являлась составной частью туризма путем организации тех или иных мероприятий, включенных в туристские маршруты. В-третьих, это дает возможность туркомпаниям находиться в курсе трендов, вырабатывать идеи новых турпродуктов.

Другим примером встречного диалога между лидерами бизнеса Приморья и представителями культурного продукта является встреча во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (ВГУЭС). Встреча состоялась в 2015 году, на которой впервые за одним столом встретились ведущие представители приморской культуры с лидерами бизнес-среды. В число ключевых вопросов вошли такие, как мотивация зарубежного туриста приехать в Приморский край и роль культурной составляющей в ней; необходимость разработки единого «культурного маршрута» Приморья; обеспечение брендовой привлекательностью территории, так называемого

«культурного ландшафта» края. В целом, зарождение общего взаимодействия областей культуры и туризма послужило импульсом к обоюдному экономическому развитию [1].

В г. Владивостоке и Приморском крае сложилась своя творческая индустрия, вмещающая различные направления, как: музыку, изобразительных искусства, кино, галерейный бизнес, моду, рекламу, дизайн, архитектуру, Интернет и компьютерные технологии и многое другое. Существование творческой индустрии Приморья во многом отражает общую тенденцию в мире начала XXI века. В современном обществе всё более приобретает популярность новая концепция «креативного класса». Это понятие стало широко использоваться после появления бестселлера социолога Ричарда Флориды «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» [7]. В книге раскрывается тема о том, как представители творческих профессий могут формировать новый общественный класс, который определяет не только развитие отдельных организаций, рост и процветание целых городов и регионов, но и мощь держав на мировом геополитическом уровне. В многолетних спорах вокруг коммерциализации искусства и культуры появляются новые ответы на давние вопросы: если раньше могли считать, что сферы культуры и экономики несовместимы друг с другом, то теперь, по мнению Ричарда Флориды, они сближаются и взаимодействуют.

На фоне объектов сложившейся творческой индустрии особое значение занимают учреждения культуры и искусства Приморья, которые являются не только культурно-историческим достоянием края, но и по праву вошли в систему его туристско-рекреационных и культурных ресурсов. Например, к ведущим театрам и музыкальным организациям региона можно отнести следующие:

- Приморская сцена Государственного академического Мариинского театра;
- Приморский драматический театр им. Горького;
- Уссурийский драматический театр;
- Приморский краевой драматический театр молодёжи;
- Драматический театр ДВО;
- Драматический театр ТОФ;
- Приморский краевой театр кукол;
- Приморский краевой театр кукол;
- Муниципальный театр кукол г. Находка;
- Приморский Пушкинский театр;
- Приморская краевая филармония;
- Дальневосточный государственный институт искусств и другие [6].

Вместе с тем, опыт взаимодействия учреждений культуры и искусства с туризмом в Приморском крае находится в стадии своего зарождения, поскольку многие творческие организации до сих пор не готовы рассматривать туризм, как потенциальную возможность дополнительных доходов и имиджевого роста. Большинство учреждений музыкально-театральной направленности края не располагают конкурентными преимуществами в условиях современного рынка. Так, в г. Владивостоке есть Приморский краевой драматический театр молодёжи, Приморский краевой театр кукол и другие учреждения культуры и искусства, которые уже несколько лет находятся в сложном экономическом и техническом положении, что губительно сказывается на поддержании их положительного имиджа.

Каждый из театров г. Владивостока по своему уникален: со сложившимися традициями и историей, целой плеядой ярких артистов и профессионалов своего дела. Однако учреждениям культуры и искусства необходима постоянная работа над развитием собственной имиджевой политики, как залога успешного роста конкурентных возможностей. Если рассмотреть отдельно, к примеру, образ Приморского театра кукол (который был основан в 1940 году), то его имидж изначально строился на содержательной части кукольного жанра. В г. Владивостоке – это театр единственный из всех, который привлекает не масштабом и размахом сценических представлений. Театр кукол уникален в своей камерности, атмосфере уюта и семейного отдыха. Недаром, исторически Театр кукол всегда притягивал к себе людей своей похожестью на живых существ. Чудо оживления куклы в живого персонажа с помощью человеческой фантазии позволило кукольному театру пережить многие тысячелетия и уклады жизни человека и не утратить своей притягательности. Во всем мире кукольный театр является подлинно народным искусством. Так, в Италии любимой куклой считают Пульчинеллу, во Франции вырезали из дерева веселую куклу Полишинеля, в Англии существует непобедимый Панч, в России – русский Петрушка-весельчак. В Японии до сих пор сохраняются все формы традиционного кукольного искусства в театре «Бурнаку»: люди в капюшонах и черных одеждах, выходящие на сцену и выносящие больших, ростом с человека, кукол. В Китае, Корее и во многих странах мира кукольники играли и играют народные сказки, притчи, легенды одинаково успешно как для детей, так и взрослых. И все эти театры являются популярными объектами для туристских посещений.

Отсюда видим, что Приморский театр кукол по своему содержанию и жанровой направленности уникален и универсален, что это может лечь в основу концепции положительного имиджа театра. Однако проблема до сих пор остается именно в отсутствии собственной концепции. С одной стороны, имидж формируется стихийно, сам по себе, а с другой, имидж – это то, что необходимо контролировать, определив миссию организации, цели её деятельности, на какую аудиторию она рассчитана, кто может стать потенциальным партнёром и т.д. При выборе стратегии формирования положительного имиджа Приморского краевого театра кукол важно принять во внимание несколько его преимуществ. Так, одним из преимуществ театра – его месторасположение на ул. Петра Великого, 8 – т.е. в шаговой доступности от Центральной площади города, около Триумфальной арки и Корабельной набережной. Это удобно с точки зрения проведения пешеходных туристских экскурсий. Следующим достоинством является сам кукольный жанр, который (в отличие от «сложных» жанров, требующих специальную подготовку аудитории) интересен для многих различных групп населения, особенно для детей дошкольного и школьного возраста, и семей. Кукольный жанр наиболее доступен в восприятии и представляет для зрителей настоящее праздничное событие.

Для внедрения экскурсии в Приморском театре кукол можно рекомендовать близкий по содержанию опыт Рязанского театра кукол [4]. Так, в рамках экскурсии гости могут познакомиться с закулисными тайнами, услышать рассказ о театральной механике и её подготовке к спектаклю. Они посещают театральный музей с рассказом об истории театра, куклах, представленных в музейной экспозиции, наградах, ярких театральных постановках и традициях театра. Гости могут посетить пошивочный, декорационный и бутафорский цеха, где их знакомят со сложным процессом создания кукол и реквизита для спектаклей. Самой интригующей частью экскурсии является посещение куклохранилища. В нем живут куклы-персонажи из спектаклей театра. Театральные хранители демонстрируют их таланты, а гости могут побыть в роли артиста театра кукол.

Важно отметить, что, несмотря на появление первого опыта внедрения экскурсий в здании молодого грандиозного театра оперы и балета – Приморской сцены Мариинского театра, обнаружились проблемы в использовании подобной практики. Так, летом 2016 года, руководством Приморской сцены была организована очередная встреча со

специалистами турбизнеса с приглашением их к дальнейшему сотрудничеству. На встрече руководство театра сообщило, что проведение экскурсии в здании временно приостановлено из-за недостаточной зрелости и проработанности данного проекта. Так, Александр Вовненко, помощник директора Приморской сцены, указал на ряд причин, по которым проведение экскурсий для гостей и туристов пока является невозможным, и более того, может негативно сказаться на имидже и репутации театра. В числе основных причин оказалась недостаточная техническая и материальная оснащённость коридоров и этажей, по которым проложен экскурсионный путь. В основном, А. Вовненко подчеркивал отсутствие комфортной и зрелищной обстановки. Так, пустуют стены, которые можно заполнить оригинальными картинами художников, дизайнерские решения в отношении освещения, потолков и т.д. При этом он отметил, что на этажах театра периодически организовываются фото- и художественные выставки [3].

По мнению руководства Приморской сцены Мариинского театра, для проведения интересной, на высоком уровне экскурсии необходимо, в первую очередь, привести в соответствии такие параметры как:

– воспитание артистов до уровня артистов Мариинского театра (повышение квалификационного уровня);

– создание пространства (интерьер, кафе, оборудованные гримерные комнаты и т.д.);

– приобщение дальневосточных зрителей к театральному искусству как к таковому (расширение актуализированной театральной аудитории). Например, создание «Школы театрала» для детей и подростков готово способствовать росту грамотной, подготовленной аудитории, способной к восприятию высокого искусства.

Наряду с этим, руководство Театра подчеркнуло, что нуждается в новых предложениях и мнениях со стороны специалистов по туризму по вопросам организации мероприятий для привлечения гостей и туристов на концерты и оперы. Они отметили ряд достоинств, которые можно использовать при дальнейшей разработке маршрута музыкально-театральной экскурсии. Так, оригинальный дизайн театра сделал его одной из достопримечательностей города. Театр имеет три площадки: Большой зал, Малую и Летнюю сцены. В Большом зале проходят все премьеры, масштабные оперные и балетные спектакли, крупные симфонические и хоровые концерты. Его вместимость при максимальной загруженности составляет 1 390 мест. Основой уникальности звука Большого зала стало использование нату-

ральных материалов (наборных деревянных панелей из филиппинской сосны) и строительство вантового потолка, выполненного без применения металла. Эту систему помогали настраивать специалисты из Японии.

Малая сцена используется для камерных представлений и постановок, здесь представляются вечера романсов, небольшие картины из балетов, проходят творческие встречи и пресс-конференции. Максимальная заполняемость малой сцены – 312 мест. Партер этого зала трансформируется в единое пространство со сценой. Все это даёт возможность представлять постановки разных уровней сложности. Летняя сцена предназначена для открытых представлений, произведений камерного состава оркестра. Эта площадка работает с конца весны до начала осени.

Архитектура здания ценна и интересна тем, что представляет собой имитацию стеклянного куба в кубе. Смелые дизайнерские решения отвечают последним веяниям театральной техники. Проект создавался согласно образцу знаменитого оперного театра Торонто. Здание внутри многофункционально – есть как наземные, так и подземные этажи, большое количество гримерных комнат, несколько лифтов. По мнению экспертов, театр оперы и балета Владивостока смело можно отнести к десятке лучших театров России. Художественный состав театра оперы и балета является высокопрофессиональным и сформирован из лучших артистов не только России, но и других стран мира.

Следует отметить, что 1 января 2016 года Приморский театр оперы приобрел новый статус – Приморской сцены Мариинского театра. Это положительно повлияло на имидж театра оперы и балета. Развитие театра получило новый сильнейший импульс, поскольку его деятельность стала строиться на исторической преемственности легендарного Мариинского театра города Санкт-Петербурга. Управление Приморской сценой стала осуществляться дирекцией Мариинского театра. Так, художественным руководителем является Валерий Гергиев; с оперной труппой работает народная артистка России, всемирно известное меццо-сопрано, солистка Мариинского театра Лариса Дядькова и т.д. Приморская сцена стала преемницей родословной Мариинского театра великого российского города Санкт-Петербурга, начавшейся ещё с XVIII в. Мариинский театр упрочил и развил великие традиции первой русской музыкальной сцены.

Преемственность традиций Мариинского театра сказалась не только в разноо-

бразии и богатстве репертуара Приморской сцены. В театре началась развиваться стратегия по привлечению туристов. Речь идет не столько о посещении спектаклей, сколько о возможности окунуться в полной мере в мир музыки и сценических репетиций «за кулисами». Данная стратегия дает возможность театру закрепиться не только в культурном секторе, но и туристском.

В целом, Мариинка Приморья представляет собой модель организации с выработанной концепцией по формированию положительного образа. Общественность видит его как современный технологичный театр, ориентированный на культурную столицу России – Санкт-Петербург, в который регулярно приезжают с гастрольями звезды оперы и балета. О нём регулярно говорят СМИ. Руководство театра проводит акции для студентов и устраивает пресс-конференции с артистами и т.д.

Таким образом, потенциально имидж есть у каждого учреждения культуры и искусства Приморского края и г. Владивостока. Имиджевый потенциал учреждений культуры и искусства включает в себя целый ряд аспектов, в которых учитываются: качество дизайна здания (внешний и внутренний); содержание и качество экскурсий на базе учреждения; благотворительная деятельность, качество рекламы и других способов продвижения учреждения. В условиях рыночной экономики учреждения культуры и искусства следует рассматривать

не только как сцену для показа спектаклей или концертов. Они могут позиционировать себя, как туристско-культурный центр, а также как площадка для проведения мероприятий – тематических круглых столов, выставок, творческих встреч. Туркомпании, обеспечив себя репертуаром учреждений культуры и искусства, могут открыто предлагать посетить Владивосток, например, в дни премьерных спектаклей и т.д.

Список литературы

1. Бондарь М.В. Метакультурный и туристский потенциал музыкальной культуры Дальнего Востока России: опыт постановки проблемы (на примере деятельности музыкальных образовательных учреждений) // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 2 (часть 16). – С. 3624-3628.
2. Гомилевская Г.А. Формирование туристской идентичности г. Владивостока в контексте бренда: «Владивосток – морские ворота России» / Г.А. Гомилевская, Ю.В. Дмитриенко // *Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса*. – 2016. – № 1. – С. 142-153.
3. Интервью с Александром Вовненко, помощником директора Приморской сцены Мариинского театра (4 июня 2016 г.).
4. Кукольный театр – экскурсия по театру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rznruppet.ru/для-зрителей/экскурсия-по-театру.html> (дата обращения 01.06.16).
5. Неповторимый и всемирно узнаваемый бренд Приморского туризма создадут в крае за 5 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://primamedia.ru/news/258710/> (дата обращения 01.06.16).
6. Туризм и туристские ресурсы в Приморском крае: Статистический сборник / Приморскстат, 2015. – 76 с.
7. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее // *Экономическая социология*. – 2008. – Т. 9, № 1. – С. 132-138.