



**ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ
ПО МАЛЫМ ТЕРРИТОРИЯМ**

Новая жизнь народных промыслов: стратегические развилки и возможности

Ставка на традиции, расширение ассортимента, использование опыта Европы и Азии, поддержка не просто промыслов, а территорий их бытования – ЭСМТ выявил инструменты развития народных художественных промыслов в XXI веке



Основные тезисы

- Отрасль народных художественных промыслов (НХП) демонстрирует рост, при этом оставаясь одной из самых субсидируемых областей российской экономики.
- Отрасль находится перед несколькими жесткими альтернативами развития, от которых зависит ее судьба. Первая альтернатива: промысел или промышленность? Вторая: экономика или культура? НХП предстоит найти новую нишу в XXI веке.
- От прохождения этих альтернатив во многом зависит судьба территорий промыслов – большинство мест бытования НХП стагнируют.
- Фундаментальная основа НХП — культурная ценность традиции, требующая сохранения промыслов несмотря ни на что.
- Лидерские практики в сохранении традиционных художественных производств, к которым относятся и российские НХП, накоплены не только в Европе, но и в Азии. Одна из них — продвижение изделий промыслов через связь с другими традициями, вписывающимися в современные форматы. Например, экспорт изделий вместе с распространением по миру японской чайной церемонии.
- Разработана комплексная программа поддержки территорий НХП, для реализации она требует межведомственной координации.
- Нужна дискуссия о новых моделях развития НХП в конкретных регионах.

Постановка проблемы

Экономика, основанная на традиционных промыслах, – это и возможность, и риск для территории. Развитие народных художественных промыслов (НХП) позволяет создавать рабочие места, развивать туризм и «экономику впечатлений».

Однако в XXI веке потребительские модели стремительно меняются, некоторые привычки выходят из моды, цифровые впечатления успешно заменяют вещи.



Алексей Фирсов, генеральный директор Центра социального проектирования «Платформа»:

«Отрасли предстоит определить, что для нее важнее — аутентичность или рынок. Попытки изготавливать предметы современного обихода с помощью традиционных технологий не всегда спасают. В одном из северных городов додумались делать ремесленные брелоки для “мерседесов”. В данном случае теряется аутентичность и не возникает никакой экономической ценности».

По какому пути должны пойти традиционные промыслы: внедрять новые технологии или полностью сохранять аутентичность? Как выжить «реликтовой» экономике в XXI веке?

От ответов на эти вопросы напрямую зависит судьба очень многих территорий, в которых, кроме туризма, невозможна никакая экономика.

На эти вопросы попробовали ответить участники круглого стола Экспертного совета по малым территориям, который прошел на площадке Всероссийского общества охраны памятников истории и культуры.

Положение дел

По данным Росстата, которые привела заместитель директора Департамента развития промышленности социально значимых товаров Минпромторга **Лилия Нургатина**, объем производства продукции НХП в России неуклонно растет — с 5 млрд руб. в 2013 году до 6 млрд руб. в 2018 году. 80% этого оборота приходится на 34 региона, в которых исторически были развиты промыслы. Объем субсидий с 2013 по 2018 год вырос с 310 млн руб. — до 633 млн руб., т.е. доля субсидий в обороте отрасли возросла с 6,2% до 10,5%.

В глазах представителей самой отрасли ситуация со спросом на продукцию НХП выглядит неоднозначно. У некоторых предприятий действительно растут продажи. Другие теряют рынок.



Ольга Тимошкина, директор центра народных ремесел «Берегиня», город Каргополь Архангельской области:

«Мы производим примерно 7000 изделий в год, хотелось бы больше. Спрос большой и не падает, но не хватает мастеров. Их у нас, согласно штатному расписанию, всего четверо, нужны новые штатные единицы».

С другой стороны, общая тенденция — весьма сложная.



Вячеслав Долгов, заместитель генерального директора ОАО «Павловопосадская платочная мануфактура», председатель правления Национального союза народных художественных промыслов:

«С 2015 года мы наблюдаем устойчивое падение продаж. Причина — в общем снижении покупательского спроса на товары не первой необходимости. Продукция промыслов оказывается под ударом».

Система господдержки промыслов достаточно гибкая – статус НХП позволяет предприятию иметь до 50% «нетрадиционной» продукции и получать субсидии. Но такая система требует гибкости и от самих предприятий.



Вячеслав Долгов:

«Мы не выделяем на рынке нашу продукцию как НХП, стараемся гибко и максимально быстро реагировать на изменение спроса. Для себя мы разделяем категории продукции: НХП и продукцию массового спроса, которая создается с максимальным учетом рынка. У нас сеть магазинов по всей стране, мы знаем, какая продукция имеет успех».

Но большинство предприятий не имеют достаточного масштаба и компетенций, чтобы оперативно подстраиваться под рынок. Тем более, что наибольшим спросом пользуется



Елена Краюшкина, начальник отдела народных художественных промыслов Департамента развития промышленности социально-значимых товаров Министерства промышленности и торговли РФ, генеральный директор компании «Хохломская роспись», город Семенов Нижегородской области:

«Если брать продукцию «Хохломы», то растут продажи товаров традиционной сувенирной линейки, падают несувенирные продажи. Интерес к традиционным изделиям постоянен и вечен.»

Однако представители предприятий НХП признают, что повышение практичности продукции, ее адаптация к современности – актуальная задача выживания. В частности, возможна кастомизация продукции: покупатель сам предлагает мастеру сюжет. На традиционный формат ориентированы только люди определенного типа. Одним из выходов видится интеграция отрасли НХП с некоторыми видами туризма и экономики впечатлений.



Ольга Тимошкина:

«Каргопольская игрушка — в каком-то смысле бренд Каргополя. Поэтому она может использоваться для привлечения туристов. Мы, например, открыли под Каргополем “Бабкину поляну” – интерактивное живое пространство и “памятное место” знаменитого мастера Ульяны Бабкиной».

Однако для встраивания промыслов в туристическую экономику необходимы навыки их продвижения в соцсетях, отсутствующие у большинства предприятий.

Выявляется устойчивая тенденция к оттоку населения из малых и средних городов, сел: только за последние 10 лет численность населения там снизилась более чем на 7,5 процентов. Учитывая, что темпы оттока составляют от 0,5% до 68%, некоторые места традиционного бытования НХП попросту находятся под угрозой исчезновения.



Лилия Нургатина:

«Как показывают проведенные Минпромторгом России опросы, молодые люди, родившиеся в местах традиционного бытования НХП, в поиске перспектив переезжают в более крупные города. Значит ли это, что молодежь не испытывает интереса к этой отрасли? Нет. Во всем мире, как и в нашей стране, наблюдаются устойчивая динамика повышения интереса к народному искусству, отражающему жизнь, культуру и самобытность народов мира, и возникновение наиболее привлекательных продуктов на этой основе (экспорт традиций)».

Промыслы как вид экономики: стратегические альтернативы

Российская отрасль НХП словно задержалась на входе в XXI век и не может понять, идти ли ей в будущее или в прошлое. Трудности развития НХП в основном связаны с трансформацией экономики и государственной системы. В свое время экономика промыслов создавалась для поддержки национально-культурной идентичности народов СССР.

Генеральный директор Института территориального маркетинга и брендинга **Андрей Стась** обозначил несколько стратегических альтернатив развития НХП в условиях трансформации рынка.

- **Первая развилка: промысел или промышленность?**

Исторически НХП возникли как промысел: реальные мастера сидели по домам и «стругали ложки». В советское время НХП стали промышленностью, которая функционировала в рамках распределительной системы, гарантировавшей сбыт.



Андрей Стась:

«Сейчас предприятия рвут штаны – хотят, с одной стороны, получить поддержку от Минпромторга, с другой – сохранять себя как промысел с фигурой мастера в центре».

- **Вторая развилка: промышленность или культура?**

Выбор промышленного пути предполагает развитие технологий, применение новых материалов. Выбор культурного – консервацию. Сегодня НХП находятся между сферами промышленности и культуры, причем синергии не происходит. Худсоветы не дают предприятиям выходить за определенные рамки в выборе ассортимента продукции и художественных подходов. Культура современного менеджмента на большинстве предприятий отсутствует в принципе. Есть несколько предприятий с крупными акционерами, но они финансируются по остаточному принципу – как непрофильный бизнес.



Андрей Стась:

«Есть два-три предприятия, которые не вписываются в эту модель. Павлопосадские платки. Императорский фарфоровый завод имеет оборот, равный примерно половине всей отрасли НХП, – потому что работает как бизнес, нет фетишизации темы стилистических особенностей».

Сценарии развития отрасли, по Андрею Стасю:

1. **Экономический.** Вывести из зоны регулирования культурную составляющую НХП и дать им развиваться как отрасли промышленности, оказывая соответствующую поддержку.
2. **Историко-культурный.** Оставить в зоне регулирования только культурную компоненту НХП и полностью передать их в ведение Министерства культуры.
3. **Смешанный.** Поделить отрасль: выделить то, что является культурным достоянием, и развивать отдельно; промышленные компоненты выделить в отдельный комплекс.



Андрей Стась:

«Нынешняя ситуация – тупик. Поддержка государства консервирует существующие проблемы, а не обеспечивает развитие. Ещё один кризис – и минимум половина предприятий разорятся. Эта болезнь не лечится новыми художниками или субсидиями. Нужен принципиальный выбор».



Промыслы как художественная практика: неизбежность поддержки

Вячеслав Долгов из «Павловопосадской платочной мануфактуры» высказал другую точку зрения на регулирование промыслов.

НХП, в первую очередь, – не отрасль экономики, а средоточие народного искусства. Промыслы – это живая художественная практика, связанная с определенным культурным наследием. При этом они не являются массовым творчеством в чистом виде – НХП занимаются профессионалы. Место бытования промысла – это ключевой момент для его определения как НХП. Промысел, как правило, территориален и не может быть никуда перенесен.

Ставка на моду, с точки зрения Вячеслава Долгова, не ведет к повышению устойчивости промыслов, – мода слишком переменчива, а большинство НХП не имеют достаточного масштаба, чтобы пережить потери от запуска неудачных линий.

Присутствовавшие представители предприятий НХП поддержали точку зрения Вячеслава Долгова.

Упомянутый Императорский фарфоровый завод – не промысел. Кроме того, завод уже оказывался в центре скандала именно из-за несоответствия своей деятельности традициям: выяснилось, что часть производства перенесена в Китай. Руководствоваться исключительно рыночными принципами легче, но такая деятельность уже не будет иметь отношения к промыслам.



Вячеслав Долгов:

«Уникальность российских НХП должна быть сохранена при любых режимах и в любые времена. Это – идентичность народов нашей страны».

Из предложенных Андреем Стасем трех сценариев развития Вячеслав Долгов и другие представители предприятий НХП предпочли третий: разделение экономики и культуры. Нужно сохранить минимальную достаточность всех видов производства НХП, для чего необходимы исследования и расчеты. Промыслы должны существовать как часть живой традиции – это не производство музейных экспонатов. Поэтому нужны расчет минимального количества выпускаемого товара и обеспечение сбыта. Но дело не только в сбыте.



Вячеслав Долгов:

«Минимальная достаточность должна быть определена и для кадрового обеспечения НХП. В любом производственном коллективе должны трудиться как минимум три поколения мастеров, иначе он обречен на медленное затухание».

Инструменты развития от Минпромторга

Лилия Нургатина из Минпромторга рассказала о политике поддержки и развития НХП, осуществляемой этим министерством.

Многое делается для развития самих промыслов. Поддержку Минпромторга в части возмещения расходов на производство продукции могут получить организации, входящие в Федеральный перечень в рамках 7-ФЗ «О народных художественных промыслах». Сейчас в Правительстве России на подписании находится проект постановления, предусматривающий расширение количества направлений этого вида поддержки. Кроме того, изделия народных художественных промыслов признанного художественного достоинства освобождаются от НДС. Для этого они должны пройти оценку Экспертного совета по народным художественным промыслам при министерстве. После включения в федеральный реестр изделий НХП признанного художественного достоинства реализация этих изделий освобождается от НДС (пп. 6 п. 3 ст. 149 Налогового кодекса РФ).

На 2019–2024 годы в рамках федерального проекта «Творческие люди» нацпроекта «Культура» запланированы субсидии для НКО на проекты по популяризации НХП. Это направление Минпромторг реализует совместно с Минкультом. Весной прошел конкурс таких проектов на 2019 год, поддержано более 40 проектов на общую сумму порядка 120 млн руб.

Новый инструмент продвижения НХП со стороны государства — электронная торговая площадка на 11 языках для организации интернет-торговли изделиями народных художественных промыслов, запущенная в прошлом году. Начались крупные поставки изделий российских промыслов за рубеж. Подписано соглашение между Ассоциацией продвижения национальных производств — основным партнером Минпромторга России по реализации проекта электронной торговли изделиями НХП — и торговой сетью «Пятерочка», позволяющее организовывать доставку через магазины этой торговой сети. Запущен общепромышленный портал промыслы.рф. Средствами продвижения станут, в числе прочего, интерактивные карты с турмаршрутами по местам бытования традиционных промыслов.

Теперь можно продвигать группы предприятий. Создаются и поддерживаются зонтичные бренды. Бутик «Русская палитра» реализует продукцию основных брендов НХП («Гжель», «Хохлома», «Жостово» и других). Открылся отдел #RUSSKOE в Доме фарфора.

Необходимы поддержка не только субъектов промыслов, но и мест их традиционного бытования, интеграция традиционных промыслов в туристическую отрасль, современные направления моды и дизайна. Минпромторг инициировал и начал тестировать проект, направленный на поддержку городов и сельских территорий, являющихся «хранителями» производственных и культурных традиций, создания там культурных кластеров.



Лилия Нургатина:

«Промыслы могут стать инструментом развития территории, в частности, влиять на турпоток. К примеру, в столице золотой Хохломы – городе Семенове Нижегородской области – за счет развития инфраструктуры НХП турпоток вырос в два раза. Объем потока средств на территорию от туристов сопоставим примерно с третью доходов бюджета».

Нужны система идентификации этих территорий и присвоения им особого статуса «территорий сохранения и развития традиций и укладов бытования» (ТЕТРА), а также содействие их комплексному развитию и формированию аутентичной устойчивой экономики, основанной на традициях. Она должна включать инструменты развития креативных кластеров, творческих индустрий, турпродуктов, выхода на внешние рынки, в том числе через электронную торговлю.



Лилия Нургатина:

«Сегодня мы рассматриваем народные промыслы как составляющую креативных индустрий, основанных на наследии. Сфера креативных индустрий в мире растет на 14–15% ежегодно. Исключительность России в том, что потенциал области креативной индустрии “Наследие”, по оценкам Аналитического центра при Правительстве РФ, превосходит среднемировые показатели в пять раз. Креативная индустрия, основанная на наследии, может стать одним из важных направлений роста ВВП России, а ее вклад — увеличиться вчетверо менее чем за 10 лет».

В рамках проекта ТЕТРА предусмотрено шесть моделей территорий с промыслами:

1. **«Креативные города».** Города и села, расположенные в высокоплотной среде крупных агломераций. В них проявятся постиндустриальные закономерности развития.
2. **«Ремесленные поселения».** Сельские территории, хранящие производственные и культурные традиции, находящиеся на значительном отдалении от крупных центров или под угрозой исчезновения.
3. **«Исторические мануфактуры и ремесленные кварталы».** Промышленные город, где традиционные народные промыслы локализованы только в рамках исторических мануфактур или ремесленных кварталов.
4. **«Горные территории мастеров».** Горные поселения, где сохраняются традиционные знания об уникальных народных промыслах и традициях.
5. **«Проводники национальной идентичности».** Приграничные территории, несущие особую миссию формирования проектов сотрудничества и межкультурного диалога.

6. **«Места традиционного бытования народных художественных промыслов Севера».**
Места традиционного бытования НХП, расположенные в труднодоступных районах проживания коренных народов Крайнего Севера, Дальнего Востока и Сибири.

Проект будет концентрировать инструменты поддержки всех ключевых министерств и ведомств. Соответственно, для его реализации необходимо создание координирующего механизма, обеспечивающего межведомственную и межбюджетную консолидацию инструментов поддержки и ресурсов. Таковым мог бы стать проектный офис.

Кроме того, Минпромторг разработал проект изменений Федерального закона «О народных художественных промыслах», направленный на формирование эффективной экосистемы отрасли и укрепление правовых основ для защиты продукции от подделок и контрафакта. Предполагается, что законопроект будет внесен в Государственную думу этой осенью. Он предусматривает разделение НХП на традиционные и современные, поддержку восстановления утраченных промыслов, введение нового объекта правовой защиты интеллектуальной собственности, охрану художественно-стилевых особенностей НХП и создание механизмов передачи права на их использование в других сферах, в том числе в проектах пространственного развития.

По словам Лилии Нургатиной, во всем мире народные художественные промыслы рассматриваются как инструмент борьбы с бедностью, особенно на малых территориях. В Индии был сделан упор на возрождение промыслов в сельской местности и создание мини-парков с участием членов местных сообществ, и только экспортный оборот отрасли НХП там составляет \$3–4 млрд. Ежегодный объем экспорта товаров НХП и туристических услуг на их основе вырос за последние 25 лет в 33 раза. В сфере занято 7 млн человек.

Другой позитивный эффект – продвижение образа страны через НХП. Например, промыслы интегрированы в систему продвижения образа Японии за рубежом. В рамках программы Cool Japan (финансирование в 2014 году составляло \$400–450 млн) поддерживаются компании, развивающие экспорт товаров и услуг, продвигающих образ Японии (мода, еда, туризм, стиль жизни). Товары НХП, привлекающие туристов и формирующие айдентику, поддерживаются в рамках блока lifestyle. В частности, товары НХП продвигаются в связке с традиционной японской чайной церемонией.

Выход из тупика: инструменты развития НХП

В ходе дискуссии были выявлены главные факторы развития НХП.



Андрей Максимов, председатель комиссии Общественной палаты РФ по местному самоуправлению и территориальному развитию:

«Фактически экономика промысла складывается из трех китов: потребительского спроса, мастеров, которые способны поддерживать традицию, и мер государственной поддержки».

Участники дискуссии предложили ряд инструментов, направленных на развитие каждой из этих составляющих. Принципиально важными представляются работа с ключевыми аудиториями и создание привычки к потреблению продукции НХП.

- **Разделение федеральных и локальных промысловых брендов.** Развитие НХП требует дифференцированного подхода к брендированию. Есть бренды с федеральным уровнем покрытия (общенациональные), а есть локальные, четко привязанные в восприятии к определенному месту. Необходимы особые механизмы поддержки локальных брендов, в том числе адресная помощь.



Вячеслав Долгов:

«Нет задачи завалить каргопольской игрушкой всю Россию, поэтому магазин в Москве Каргополю не нужен».

- **Формирование новых традиций,** создание современного образа жизни, дружественного к НХП. Ставка на традицию сдерживает продвижение НХП в случаях, когда традиция уже умерла и ей ничто не соответствует в действительности. С одной стороны, эту проблему можно смягчить за счет распространения культурно-просветительского контента. С другой – за счет создания новых практик, в которых промыслы выглядели бы органично. Соответствующий (и успешный) опыт накоплен, например, в области исторической реконструкции.



Николай Прянишников, старший преподаватель факультета управления социокультурными проектами МВШСЭН:

«Тема НХП во многом мифологизирована: якобы все промыслы идут от местных корней. Но многие из них были изобретены как коммерческий продукт, приглашались специалисты из Франции. Нужно создать уклады жизни, в рамках которых пользоваться изделиями НХП было бы органично. Нужно не копирование образцов прошлого, а творческое прикосновение к истокам».

- **Самозанятость как форма организации НХП.** Для формирования традиций очень важно облегчить доступ мастеров к инструментам поддержки. НХП – это не только предприятия, но и конкретные люди — лицо промысла. Они тоже могут рассчитывать на помощь государства.



Ирина Межинская, руководитель фонда «Наследие Севера»:

«Ремесленникам нужна помощь в организации взаимодействия с государством. ИП открывать они не будут. Возможно, эту задачу можно решить, легализовав самозанятость в области НХП».

- **Обновление и расширение системы критериев НХП.**

В мире применяются различные инструменты определения ценности промысла. В странах Бенилюкса это делают компактные художественные советы. Но для большой страны этот метод не подходит. Нужны дополнительные критерии, которые определяли бы культурную важность промысла и необходимость господдержки. Здесь мог бы пригодиться опыт не только европейских, но и азиатских стран.



Елена Титова, директор Всероссийского музея декоративно-прикладного и народного искусства:

«В некоторых случаях достояние создается искусственно. Причем им может быть и человек – есть конкретные мастера, которые причислены к национальному достоянию».



Рекомендации

- Провести исследование целевых аудиторий НХП, выявив наиболее привлекательные новые сегменты.
- Разработать программы продвижения, ориентированные на глобальные, федеральные и локальные бренды НХП.
- Проработать в пилотном режиме несколько кейсов. Разработку инструментария целесообразно совместить с программами Минпромторга, в частности ТЕТРА.
- Изучить опыт создания новых традиций и встраивания НХП в современный культурный контекст. В частности, синергию промыслов и исторической реконструкции. Оценить возможность встраивания НХП в культурные кластеры.
- Усилить межведомственное взаимодействие в регулировании НХП, в частности, между Минпромторгом и Минкультом. Целесообразно создание федерального центра развития НХП – координирующего механизма, который обеспечивал бы межведомственную и межбюджетную консолидацию инструментов поддержки.
- Провести на региональных площадках ряд дискуссий, посвященных потенциалу развития НХП, в частности межмуниципального и межрегионального сотрудничества.



Список экспертов

Ирина Аржанова	исполнительный директор Национального фонда подготовки кадров;
Артем Демидов	председатель центрального совета Всероссийского общества охраны памятников истории и культуры;
Вячеслав Долгов	заместитель генерального директора ОАО «Павловопосадская платочная мануфактура», председатель правления Национального союза народных художественных промыслов;
Игорь Задорин	руководитель группы ЦИРКОН;
Елена Коновалова	программный директор направления «Культура» Благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко;
Елена Краюшкина	начальник отдела народных художественных промыслов Департамента развития промышленности социально-значимых товаров Министерства промышленности и торговли РФ, генеральный директор компании «Хохломская роспись», город Семенов Нижегородской области;
Дмитрий Лисицин	сопредседатель исполнительного комитета Экспертного совета по малым территориям;
Андрей Максимов	председатель комиссии Общественной палаты по территориальному развитию и местному самоуправлению;
Ирина Межинская	руководитель фонда «Наследие Севера»;
Мария Морозова	генеральный директор Благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко;
Лилия Нургатина	заместитель директора Департамента развития промышленности социально-значимых товаров Министерства промышленности и торговли РФ;
Николай Прянишников	старший преподаватель факультета управления социокультурными проектами МВШСЭН;
Андрей Стась	генеральный директор Института территориального маркетинга и брендинга;
Ольга Тимошкина	директор центра народных ремесел «Берегиня», город Каргополь Архангельской области;
Елена Титова	директор Всероссийского музея декоративно-прикладного и народного искусства;
Алексей Фирсов	генеральный директор Центра социального проектирования «Платформа».