

Индустрия наследия и ее критика

Как уже отмечалось, с 70-80-х гг. XX в. начинается переход к пониманию охраны наследия, ориентированного на рынок, когда реликты прошлого воспринимаются как **продукт** массового потребления, отобранный на основе критериев рентабельности и утилитарности и направленный на удовлетворение спроса потребителя¹⁵². Наследие становится осознанно создаваемым и рыночными методами управляемым продуктом для удовлетворения запросов современного потребления¹⁵³.

По логике бизнеса в индустрии наследия продукт определяется не через наличные ресурсы, а через потребителя¹⁵⁴. Поэтому количество и характер потенциальных продуктов становятся неограниченными, а окончательный вид продукта совершенно не зависит от первичных свойств ресурса, часто же и не отражает исторической действительности. Таким образом, индустрия наследия инструментально использует историческое прошлое и его реликты.

Как видим, этот взгляд совершенно противоположен сохранившемуся как в специальных академических текстах, так и в популярной печати традиционному определению культурного наследия, которое включает в число ценных по сути немногие аутентичные объекты прошлого, подвергающиеся постоянной угрозе исчезновения, и все усилия специалистов направлены на их сохранение и передачу будущим поколениям. Но сегодня (парадокс!) предлагается рассматривать объекты наследия как **многочисленные и избыточные**.

По мнению специалистов, ресурсами наследия, потенциально пригодными для создания продуктов индустрии наследия, наряду с сохранившимися реликтами или структурами прошлого, становится широкая и разнообразная смесь исторических событий, личностей, фольклорных, мифологических, литературных ассоциаций. Прошлое в этом случае рассматривается как кладовая с неисчерпаемыми возможностями, из которых только небольшая часть может быть использована для создания наследия¹⁵⁵.

Разнообразные элементы этого потенциального наследия могут быть использованы в любых местах в разное время различными людьми в различных целях¹⁵⁶. Таким образом, в центре охраны наследия оказываются сегодняшние интересы людей, а не материя исторических реликтов. При определении наследия через призму его потребителя меняется и понятие его аутентичности, а проблема его сохранения получает иное, отличное от традиционного, значение. В этом случае не сама историческая правда, а потребитель делает продукт аутентичным, поскольку для различных потребителей аутентичными будут разные вещи¹⁵⁷. Этот, чисто экономический, взгляд тоже идет вразрез с обычным понятием целей охраны наследия.

Понимание истории как кладовой возможных ресурсов, из которой могут быть созданы продукты наследия, логически ведет к возможности его коммерческого использования. Если собирание ценностей служит различным культурным и социальным целям, а национальное наследие выполняет определенную роль в формировании политических образований и сохранении коллективной идентичности, то усвоение прошлого может привести и к созданию продаваемого продукта, предназначенного для экономической системы.

Хотя в последнее время понятия «наследие» и «индустрия наследия» считаются почти синонимами, это только третий из возможных типов его использования. Наиболее заметный и прямой путь экономического использования культурных ресурсов – туризм¹⁵⁸. Хотя он далеко не единственный. Опосредованное экономическое

¹⁵² Does the Past have a Future? *The Political Economy of Heritage* (ed. by A. Peacock). London, Redwood Books, 1998.

¹⁵³ B. Graham, G. J. Ashworth, J. E. Tunbridge, *A Geography of Heritage. Power, Culture and Economy*. London, Arnold, 2000, p. 129-180.

¹⁵⁴ Gregory J. Ashworth, How do Tourists consume Heritage Places? *Cultural Heritage and Tourism. Potential, Impact, Partnership and Governance* (ed. by M. Lehtimäki), Vilnius, Versus aureus, 2008, p. 52-58.

¹⁵⁵ G. J. Ashworth, From History..., p. 16.

¹⁵⁶ *European Heritage Planning and Management...*, p. 5.

¹⁵⁷ G. J. Ashworth, From History..., p. 18.

¹⁵⁸ Ibid., p. 59.

значение наследия может быть связано со значимостью места при привлечении инвестиций, предприятий, резиденций, при продаже не только самих продуктов наследия, но и связанных с ними услуг. Однако историчность места может и отталкивать из-за предполагаемого традиционализма, устаревания культурных ценностей или невозможности адекватно ответить на социоэкономическое изменение¹⁵⁹.

Использование объектов культурного наследия¹⁶⁰



Связи между тремя видами «потребления» наследия – культурным, политическим и экономическим¹⁶¹ – могут быть гармоничными или дисгармоничными. Возможно несколько случаев гармоничного использования: 1) «перекрестная» модель, когда всесторонне учитываются запросы разных потребителей; 2) модель «успешного побочного продукта», когда продукт наследия сознательно ориентирован на одну из частей триады, однако предполагается возможный интерес и к другим частям, специально к ним не приспособленный. Диссонанс возникает в тех случаях, когда рынок не может гибко приспособиться к группам с разными интересами или по разным причинам ресурсы наследия не могут быть использованы отдельно. Здесь могла бы помочь целенаправленная ведомственная интервенция¹⁶².

По сути, любое наследие потенциально находится в диссонансе, поскольку, принадлежа одним наследникам, оно неизбежно остается недоступным другим (временно, частично или, наоборот, долгое время, в широком масштабе, осознанно и очевидно). Культурное наследие содержит в себе огромный как конструктивный, так и деструктивный потенциал социальных, культурных или политических сил. Значение этих сил влияет и на его экономическую ценность.

Уже упоминалось, что с 1980-1990-х гг. на Западе произошли резкие изменения в концепции культурного наследия, позволившие перейти от пассивной консервационной политики к активной политике использования ресурсов наследия, сформироваться индустрии наследия, которая теперь занимает в экономике важный сектор. Культурное наследие сегодня рассматривается как стремление сотрясаемых глобализационными вызовами обществ сохранить коллективную идентичность. Кроме того, стареющее западное общество хочет видеть места своей юности и через их оценку и сохранение придать смысл своему существованию. Тем не менее в Восточной Европе эти тенденции пока не так ярко проявляются. Объясняется это, может быть, сложностью современного исторического периода, а также особым восприятием наследия, памятью об идеологической манипуляции им в советское время и проявлениями этой тенденции в настоящем в виде национализма, а также интеллектуальной и технико-финансовой неспособностью создавать развитую индустрию наследия, страхом растраты и профанации культурных ценностей из-за чрезмерно интенсивной коммерциализации продуктов наследия, чего опасаются и специалисты на Западе¹⁶³.

Нельзя не заметить противоречивых оценок индустрии наследия. Этот феномен следовало бы считать составной частью массовой индустрии развлечений, возникшей в Западной Европе и Северной Америке в 70-80-х гг. XX в. Причину его появления и популярности пытались объяснять теориями «превращения общества в буржуазное» и «бегства в прошлое»¹⁶⁴.

¹⁵⁹ G. J. Ashworth, *From History...*, p. 61.

¹⁶⁰ Gregory J. Ashworth, *Heritage, Tourism and Europe: a European Future for a European Past? Heritage, Tourism and Society...*, p. 69.

¹⁶¹ См. раздел «Наследие - старый и новый феномен».

¹⁶² J. E. Tunbridge, G. J. Ashworth, *Dissonant Heritage...*, p. 69.

¹⁶³ David T. Herbert, Preface, *Heritage, Tourism and Society...*, p. xi.

¹⁶⁴ David T. Herbert, *Heritage Places, Leisure and Tourism, Heritage, Tourism and Society...*, p. 2-18.

На самом деле посещение музеев и мест наследия сегодня все больше связывается с разнообразной культурной деятельностью (посещением концертов, театров или галерей искусства), которая в более ранние времена традиционно считалась потреблением роскоши. Однако при росте экономического благосостояния населения появилось все больше потенциальных потребителей культурной продукции из широких социальных слоев, что породило уже упомянутую демократизацию культуры вообще и наследия в частности и вместе с тем - его вульгаризацию.

Другая точка зрения, объясняющая этот феномен, меняет местами причину и следствие и рост индустрии наследия считает близорукой эскапистской ностальгией, вызванной относительным упадком экономики в 70-80-е гг. XX в. в таких странах, как Великобритания, где она наиболее ярко проявилась¹⁶⁵. Однако в последнее время понятие «наследия» во многих странах настолько расширилось, что уже начали его «использовать для чего угодно, что, так или иначе, правильно или ошибочно, можно связать с прошлым»¹⁶⁶.

Не является ли такая «охрана наследия по избытку» радикальным переломом, прерывающим генетические связи как с историей, так и с аутентичными реликтами прошлого, поскольку с коммерческими целями они начинают своевольно перестраиваться или даже создаваться по прихотям заказчиков и публики и превращаться в нечто совершенно иное? Благодаря подобным манипуляциям трансформируется и коллективная память, подобно тому как это происходило в условиях тоталитарных режимов. Конечно, все это делается совсем в других целях – интенсифицировать массовое потребление, несмотря на смысл и качество этого потребления.

Вследствие этого инструментализация прошлого сегодня обретает новые формы и черты. Рынок получает возможность прекрасно использовать эмоциональную уязвимость современных людей и постоянно испытываемый ими стресс, предлагая для временного забытья связанную с прошлым смесь суррогатов неопределенного «золотого века», ностальгии по «старине», «естественности», «экологичности» и психологической стабильности.

Эти технологии формирования общественных и потребительских вкусов часто склонны игнорировать не только историческую правду, но и важное для интерпретаций наследия **этическое** измерение, имеющее прямую связь с непосредственным обучением на жизненном опыте прошлого. Вместо них пронизанное релятивизмом потребительское сознание особенно склонно обнаруживать **развлекательные** элементы этого не только материально, но морально «стерилизованного» «наследия», которые от его консумента уже не требуют ни ответственности, ни самостоятельного мышления.

Однако современное «отоваривание» культурного наследия в западных обществах нельзя оценивать однозначно. Как известно, феномен индустрии наследия, распространенный в развитых странах, получил немало критических оценок. Основными критиками современной ситуации в охране наследия можно заслуженно считать британских специалистов Д. Лоуэнталя, К. Уолша, П. Фоулера, Р. Хьюисона, отмечающих, что индустрия массового потребления наследия создает опасность путаницы во времени, неспособности посетителей отличать правду от вымысла, аутентичное от китча¹⁶⁷.

Экономическое переориентирование системы западных стран на производство и продажу продуктов, связанных с прошлым, некоторыми специалистами оценивается как один из симптомов их духовного упадка и неспособности адекватно ответить на вызванные экономическими изменениями трансформации. Кроме того, использование исторических ценностей с целью «создать» новое наследие чаще всего ведет к искажению природы этих ресурсов, вызывает опасность того, что они могут быть деформированы, обесценены или растрочены. Опыт западных стран показывает, что превращение культурных ценностей в продукты массового потребления действительно

¹⁶⁵ Robert Hewison, *The Heritage Industry. Britain in a Climate of Decline*. London, A Methuen Paperback, 1987. Также см. социологический анализ этой темы: John Urry, *Consuming Places*. London, Routledge, 1995.

¹⁶⁶ Peter Johnson, Bruce Thomas, *Heritage as Business. Heritage, Tourism and Society...*, p. 170.

¹⁶⁷ Kevin Walsh, *The Representation of the Past: Museums and Heritage in the postmodern World*. London, Routledge, 1992; Peter J. Fowler, *The Past in Contemporary Society*. London, Routledge, 1992; Robert Hewison, *The Heritage Industry. Britain in a Climate of Decline*. London, Methuen Paperback, 1987.

вызывает соблазн их искусственно «состарить» или «омолодить», исказить их историю, преувеличить привлекательность ресурсов наследия посредством их воссоздания, чтобы заинтересовать потребителя, привлечь внимание туристов и др.¹⁶⁸ В этом отношении индустрия наследия часто называется критиками «деструктивной», «недостойной», «паразитирующей» формой культурной проституции¹⁶⁹, которую можно было бы сравнить с упорным игнорированием в мире все ухудшающейся экологической ситуации правительствами развитых стран и крупными предпринимательскими структурами, способными на эти процессы реально повлиять.

Можно предположить, что именно из-за укоренения этой новой, «революционной» концепции наследия настоящее в отличие от возможной его прогрессистской версии, по оценке многих специалистов, вызывает больше озабоченности, чем оптимизма. Возникает множество трудно решаемых проблем. Вследствие демократизации наследия возросшая масса охраняемых и подлежащих использованию объектов увеличивает издержки охраны. Пока современные технологии консервации не позволяют надежно предотвратить их дальнейший физический упадок. Тем временем все больше усиливается и опасность их морального износа, связанная с постоянно увеличивающимся потоком международного туризма в зачастую хрупкие и повреждаемые природные местности и локальные культуры.

Сегодня, когда исчезает потребность в «больших исторических нарративах», эффекты коммерциализации наследия склонны создавать образ фрагментарного, вырванного из контекста прошлого анонимных масс, в котором предыстория или исторические эпохи просто смешаны с ностальгией, любопытством, страхом или волнением. Не упуская из виду эти опасности, приходится констатировать, что одной из причин «бума наследия», по сути, является попытка придать настоящему, утратившему связи с прошлым, больше связности и смысла¹⁷⁰.

Как уже упоминалось, такую «симулякрную» охрану наследия не раз критиковали видные западные теоретики. Так, французский философ архитектуры Франсуаза Шоэ склонна связывать эти тенденции с третьей культурной революцией – совершенствованием и массовым распространением информационных технологий. Она замечает, что «современное строительство уже оторвано от его естественного культурного контекста», и считает, что «технический фетишизм, вместо того чтобы помочь выявить реликты прошлого, наоборот, превращает их в бессмысленные и ненужные. Он стремится использовать все технологические возможности, чтобы создать прекрасные протезы (замену ценностям. – Р.Ч.) и дать импульс к появлению новой практики торжествующей современности»¹⁷¹. Следовательно, по мнению французского автора, необходимо понять, почему культурная глобализация является важнейшей причиной современного культурного кризиса, как она манипулирует идентичностью людей, создавая реальные угрозы живой культурной памяти, которую заменяет амнезией, протезированием культурного окружения и дестабилизацией обществ. Поэтому критики парадигмы «heritage» предлагают вообще отказаться от понятия «наследие», в настоящее время совершенно размытого (границы его продолжающегося развития становятся все более неясными и всеобъемлющими), обесцениваемого и затасканного («наследие», ставшее модным, конъюнктурным и особенно популярным сейчас понятием, применяется, где нужно и ненужно).

Однако далеко не все теоретики охраны наследия рисуют настоящее и будущее такими мрачными красками. Хотя сегодня наследие и вызывает соблазн трактовать его только как экономический ресурс, который должен приносить быструю и ощутимую финансовую выгоду, однако во многих обществах сохраняется и поощряется стремление и изыскиваются возможности использовать его как *психологический* (традиционная окружающая среда поддерживает эмоциональную стабильность и безопасность граждан), *культурный* (лучшее знание прошлого позволяет заботиться об актуальных для настоящего времени моральных, этических,

¹⁶⁸ David T. Herbert, *Heritage Places, Leisure and Tourism. Heritage, Tourism and Society...*, p. 10.

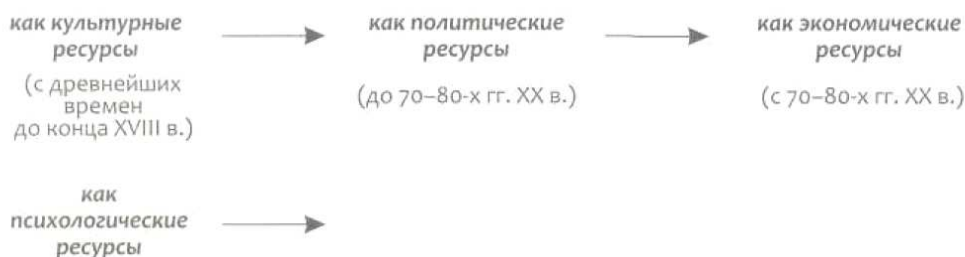
¹⁶⁹ J.E., Tunbridge G. J. Ashworth, *Dissonant Heritage...*, p. 1-3.

¹⁷⁰ Henri-Pierre Jeudy, *Mémoires du social...*, p. 45-54.

¹⁷¹ Françoise Choay, *Patrimoine et mondialisation*, http://www.ambafrance-ma.org/cjb/Textes_en_ligne/CONF/CONF_CHOAY_Pat.pdf (см. 2008 04 12).

эстетических ценностях), *политический* (конструирование или поддержание коллективной идентичности групп разных уровней) ресурс. Опираясь на это, мы можем зафиксировать изменение понятия ресурса наследия, определяемого историческими и социокультурными обстоятельствами.

Изменение акцентов использования наследия¹⁷²



Можно утверждать, что тенденции коммерциализации культурного наследия имеют столько же достоинств, сколько и очевидных недостатков¹⁷³. Прежде всего индустрия наследия, считающаяся новой моделью культурной продукции, несомненно придает новую ценность объектам, которые больше не являются перспективными или считаются экономически непригодными¹⁷⁴. С ее помощью удастся некоторые объекты и местности пробудить от «зимней спячки» и, сохраняя, сделать их коммерчески перспективными. К тому же это стимулирует появление новых, негосударственных, источников финансирования охраны наследия, поскольку само государство физически не способно этого сделать. Места наследия получают и дополнительное экономическое значение (создание рабочих мест, прибыль от туризма и пр.). Кроме того, расширяются возможности подхода к наследию (демократизация). Кураторы наследия все более вынуждены учитывать гетерогенные потребности публики, и это стимулирует конкуренцию наследия на рынке индустрии развлечений. Наконец, благодаря неформальному обучению информация об объекте наследия усваивается намного легче и остается дольше¹⁷⁵.

К существенным недостаткам коммерциализации культурных ценностей, как уже было упомянуто, относится проблема аутентичности, поскольку объекты наследия «состариваются», воссоздаются или даже создаются заново (*sic!*), чтобы заинтересовать и привлечь туристов. Часто остается неясной и граница между аутентичностью и современностью, что ведет к созданию нового музея, музея без коллекций¹⁷⁶, центра наследия, где прежняя первичная цель охранять и интерпретировать объекты заменяется на стремление дать посетителю как можно больше возбуждающего опыта. Кроме того, с той же целью может быть искажена или приукрашена их история. Равным образом желание угодить вкусу посетителя вызывает усилия по отбору ценностей, созданию идиллического образа прошлого или («щекоча его ощущения») стремлению демонстрировать места «наследия насилия», такие как концлагеря, тюрьмы, места катастроф. Наконец, индустрия наследия может негативно влиять на экологическую ситуацию и нарушить локальные культуры и их образ жизни: местные жители могут стать составной частью туристического спектакля. Поскольку туризм часто требует стандартизации, легко понимаемого и массово используемого культурного опыта, это может повлиять даже на тривиализацию и деградацию местных культур.

¹⁷² Подробнее см.: J. E. Tunbridge, G. J. Ashworth, *Dissonant Heritage...*, p. 34-67.

¹⁷³ David T. Herbert. *Heritage Places, Leisure and Tourism, Heritage, Tourism and Society*, p. 10.

¹⁷⁴ Неперспективные объекты наследия - это объекты, вызывающие небольшой интерес, например устаревшие технологии, места катастроф, заброшенные шахты, бедно живущие культуры. Экономически ненужные местности наследия могут определяться даже климатическими условиями (слишком холодно, слишком жарко, слишком сыро и т.д.), плохой связью или неподходящей инфраструктурой. См.: Barbara Kirshenblatt-Gimblett, *Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage*. Berkeley, University of California Press, 1998, p. 150.

¹⁷⁵ Duncan Light, *Heritage as Informal Education, Heritage, Tourism and Society...*, p. 117-190.

¹⁷⁶ Интересно, что коллекции стали своеобразной обузой для музеев, которые на содержание ценностей обычно выделяли не меньше 60% своего бюджета. См.: Джордж Макдональд, Музей будущего в «глобальной деревне». *Museum*, 1987, № 155, с. 92.

Наследие и современный туризм – тесно взаимосвязанные индустрии. Местности наследия становятся туристическими аттракциями, и туризм превращает их в экономически востребованные экспонаты. Получается, что если местности, здания, объекты или традиции невозможно сохранить в прежнем виде, они «выживают», только становясь экономически перспективными¹⁷⁷.

Одни исследователи воспринимают туристов как своеобразных современных паломников, убегающих от поверхностного, нестабильного и потерявшего целенаправленность современного общества и ищущих воображаемую «аутентичность»¹⁷⁸. Другие видят в них людей, которые, путешествуя, «заряжаются» дополнительными силами, необходимыми в повседневной жизни. А третьи воспринимают современных туристов как посттуристов, которые даже не надеются пережить вечно настоящее¹⁷⁹. В любом случае ясно, что все туристы, какими бы были их мотивы, стремятся к опыту, контрастному по отношению к их повседневности: «турист – это временно бездельничающая личность, которая, стремясь получить новый опыт, по собственному желанию посещает удаленные от его дома места»¹⁸⁰.

Туристы наслаждаются посещаемыми местами, людьми, культурами, различиями в пище, поскольку это создает иллюзию инаковости. Можно сказать, что туризм наследия – это поиск аутентичности, коммуникаций различных культур и «неиспорченных» цивилизацией мест¹⁸¹.

Как сегодня усваивалось бы прошлое, не будь индустрии наследия? Исследователи опасаются, что само представление наследия сегодня искажено и не всестороннее, поскольку больше всего ориентировано на визуализацию представляемых посетителям артефактов, включая здания (как настоящие, так и восстановленные) и реконструируемые формы жизни прошлого. Такое по сути «артефактное» прошлое игнорирует разнообразие социального опыта, например войны, насилие, эксплуатацию, голод, болезни.

Усиливающиеся в конце XX в. сомнения по поводу перспектив прогресса, социальной и политической устойчивости, растущее осознание того, что прошлое непохоже на настоящее, – все это вызывает сильное беспокойство из-за направленности и стремительности изменений. А это в свою очередь стимулирует ностальгию по прошлому, вызывает идеализацию сельской жизни, социальные движения, антиглобалистские идеологии. Однако будущее охраны наследия не столь пессимистично. Благодаря индустрии наследия расширяющийся объем наследия и становящиеся все более разнообразными возможности взаимодействия с ним побуждают в более широком масштабе и качественно интересоваться прошлым. Аутентичные культурные ценности сегодня видятся и как противовес возникающим под влиянием глобализации, детерриторизации и деконтекстуализации изменениям среды. В контексте же строительного наследия и планирования рекомендуется возрождать способности по созданию новых качественных объектов современной архитектуры, возвращая им местную и национальную форму.

Поскольку важнейшей целью индустрии наследия является привлечение посетителей, чтобы продать продукт потребителям, а надлежащая интерпретация наследия становится едва ли не важнейшим компонентом названного процесса, необходимо уделить внимание этой актуальной теме.

¹⁷⁷ Один из примеров - Программа наследия Пенсильвании (США), направленная на массовую деиндустриализацию, когда даже 65% индустриальных районов остаются заброшенными и не используются. При помощи музеефикации заброшенным зданиям было придано новое назначение и созданы новые рабочие места для людей, потерявших работу, которые стали гидами, рассказывающими и показывающими их прежнюю жизнь. Подробнее см.: Barbara Kirshenblatt-Gimblett, *Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage...*, p. 151.

¹⁷⁸ Eeva Jokinen and Soile Veijola, *The disoriented Tourist. The Figuration of the Tourist in contemporary cultural Critique, Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory* (ed. by C Rojek and J. Urry). London, Routledge, 2002, p. 23-51.

¹⁷⁹ Urry John, *The Tourist Gaze*. London, Sage Publications, 1990, p. 11.

¹⁸⁰ Valene L. Smith, Introduction. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (ed. by Valene Smith). Philadelphia, University of Pennsylvania, 1989, p. 1.

¹⁸¹ Jennifer Craik, *The Culture of Tourism, Touring cultures: Transformations of Travel and Theory* (ed. by C. Rojek, J. Urry). London, Routledge, 1997, p. 114.