

Город > Пермь смысловые структуры и культурные практики



Город > Пермь

смысловые структуры
и культурные практики



Удачное позиционирование Перми на IV экономическом форуме (2008) как «нового метрополиса — города, который выбирают» — случай яркий, хотя и типичный для ситуации «парада регионализмов». Территории пытаются позиционировать себя в условиях все более жесткой конкуренции. Внутри регионов локомотивами развития выступают города-миллионники. Они концентрируют человеческую энергию и становятся местом сосредоточения всех видов капитала, включая символический, всегда бывший в дефиците в российских областных и краевых центрах. И если самостоятельность регионов усиливается по мере их втягивания в глобализацию, то именно региональные центры пытаются навязать целевым аудиториям свое легитимное видение собственного места в мире современных социальных процессов, прежде всего, посредством производства культуры, усилив тем самым свою власть над соответствующим полем (экономическим, политическим, социальным, информационным). Пермь относится к числу тех немногих, кто с помощью интеллектуальных технологий и символического капитала последовательно добивается, чтобы на нее обращала внимание федеральная власть, чтобы о ней знали за пределами России.

Министерство культуры и массовых коммуникаций
Пермского края

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Пермский государственный университет»

Лаборатория политики культурного наследия

ГОРОД > ПЕРМЬ

Смысловые структуры и культурные
практики

Пермь 2009

УДК 008:7(1-21)(470.53)
ББК 71.05 + 85.0 (235.55)
Г 70

Отв. редактор В. В. Абашев

Город > Пермь. Смысловые структуры
Г 70 и культурные практики /отв. ред.
В. В. Абашев; Мин-во культуры и массовых
коммуникаций Пермского края; Перм. гос. ун-т;
Лаб. политики культурного наследия
Перм. гос. ун-та. — Пермь, 2009. — 200 с.

ISBN 978-5-7944-1263-5
ISBN 978-5-88187-394-3

Издание представляет собой сборник материалов дискуссии «Культура и искусство как ресурс развития города», состоявшейся на IV Пермском экономическом форуме (12-13 сентября 2008 г.). Сюда вошли как доклады участников и фрагменты обсуждения, так и статьи, подготовленные специально для сборника. Участники дискуссии размышляют о культуре как ресурсе развития современного города, о противоречивом соотношении исторически сложившихся смысловых структур города и инновационных культурных практик, об особенностях культурного пространства Перми.

УДК 008:7 (1-21) (470.53)
ББК 71.05 + 85.0 (235.55)

Издание осуществлено при поддержке Министерства культуры
и массовых коммуникаций Пермского края

ISBN 978-5-7944-1263-5
ISBN 978-5-88187-394-3

© Коллектив авторов, 2009

СОДЕРЖАНИЕ

- 5 От составителей
- 7 Гельман М.
Музей современного искусства:
миссия выполнима
- 19 Палажченко Н.
«Винзавод». Опыт трансформации
постиндустриальной городской среды
посредством культурной интервенции
- 29 Аллахвердиева Н.
Современное искусство в городской среде:
стратегии, ресурсы и технологии
- 49 Гор А.
Актуальное искусство в провинции:
смешать, но не взбалтывать.
Мемуарно-аналитические записки
- 67 Боронников А., Вайсман В.
Культура имеет значение
- 83 Иванов А.
Город со смыслом
- 103 Королев А.
Молотов в китовом чреве Перми.
Герменевтический этюд
- 113 Абашев В.
Неосязаемое тело города.
Опыт работы со смыслом.
- 131 Кропотов С.
Локальный текст как интеллектуальная
технология символической реструктуризации
старопромышленной территории
- 173 Замятин Д., Замятина Н.
Имиджевые ресурсы территории: идентификация,
оценка, разработка и подготовка к продвижению
имиджа

ОТ СОСТАВИТЕЛЕЙ

Сборник, представленный вниманию читателя, своим появлением обязан Пермскому экономическому форуму (2008), избравшему для обсуждения тему: «Новые метрополии: города, которые выбирают». Не совсем обычным для экономического форума было то, что одной из программных тем стала культура. Качество культурной среды города, ее разнообразие, сохранность культурного наследия, развитость культурных практик повседневности устроители форума назвали важными ключами к успешности города в конкурентной борьбе за человеческие ресурсы.

Обсуждению проблем городской культуры был посвящен один из круглых столов форума: «Культура и искусство как ресурс развития города». Ход дискуссии, затронутые в обсуждении темы предложенные подходы к решению проблем показали организаторам заслуживающими внимания для того, чтобы опубликовать материалы круглого стола.

В сборник вошли как «живые» выступления докладчиков с фрагментами обсуждения, так и статьи и эссе, написанные по итогам дискуссии. Материалы, представленные участниками дискуссии для сборника, исключительно разнообразны. От раскованных по мысли культурологических писательских эссе до академической статьи, от аналитических описаний личного опыта культурной практики до почти технического описания имиджевых ресурсов территории — таков разброс жанровых форм. Тем нагляднее на фоне видимой пестроты проступает единство проблематики. Участники дискуссии размышляют о соотношении исторически сложившихся смысловых структур города и инновационных культурных практик, о политике культурного наследия и политике культурных инноваций.

**Марат Александрович
ГЕЛЬМАН**

Галерист, директор музея современного
искусства Регитт (Москва — Пермь)

> МУЗЕЙ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА: МИССИЯ ВЫПОЛНИМА >

За 1990-е годы между публикой и современным искусством выросла стена непонимания. И сегодня она не стала меньше. Хотя современное искусство и вышло в публичное пространство, у него по-прежнему нет социальной поддержки, зато есть пользующиеся общественной поддержкой гонители. Я считаю, что это произошло именно потому, что в России в поле современного искусства не было до сих пор ни одной институции, которая была бы направлена на развитие социальных коммуникаций. Формирование благоприятной общественной среды вокруг современного искусства — это миссия музея. Музей играет роль узла социальных коммуникаций, он берет на себя цивилизаторскую функцию. Я убежден, что никакой другой тип художественной институции, кроме как музей, не может сегодня сделать современное искусство общественно актуальным и сформировать новую креативную городскую среду.

Дискуссии о перспективах развития культуры и ее общественной роли нередко разрешаются признанием необходимости культурной политики. Но, может быть, это и хорошо, что культурной политики на федеральном уровне у нас нет. Ну, допустим, она бы была. Представьте, что министра культуры выбирал бы наш парламент, что эти люди формировали бы культурную политику. То, что нас в ней не было бы, это ладно. Но ведь не исключено, что кого-нибудь выслали бы из страны за распространение «тлетворного влияния Запада». Поэтому, я считаю, нам повезло, что федеральной культурной политики пока нет и что в ее отсутствие можно многое успеть для культуры сделать.

Поэтому очень важно — это знаковое событие — что на Пермском экономическом (подчеркну) форуме культура становится предметом обсуждения, а не подается в виде концерта для участников. Никогда до этого в России наша сфера не обсуждалась всерьез и в таком контексте: в связи с экономикой и условиями развития города. Это важный знак.

Нам задают вопрос: «Есть ли польза от искусства?» На протяжении столетий искусство декларировало свою бесполезность, отказывалось от какой бы то ни было утилитарности. Искусство для искусства. И вдруг мы попадаем в ситуацию, когда большое количество людей обсуждают, как использовать искусство вне тех целей, которое оно ставит само себе.

Нет ничего, я считаю, зазорного, что мы нуждаемся в деньгах. Но в искусстве деньги мы получаем не за те смыслы, которые нас интересуют, а за некую странную пользу. Например, картина может украсить стену, хотя ведь не для того она создавалась, с помощью искусства можно удачно инвестировать деньги, можно отвлечь население от пьянства. Искусство может помочь изменить общественное сознание. Например, как это произошло в депрессивной Рурской области, когда с помощью искусства помогли жителям поверить в будущее. И вот поскольку я, как галерист, все время нахожусь в ситуации, когда искусство используют, для меня особенно важно помнить, что главное, чтобы искусство само не решило, что польза это и есть его цель. И чтобы вдруг функционеры не попытались, исходя из тезиса о пользе, направлять и поучать искусство. Ведь если решить, что искусство — для украшения стен, то соответствие стене

и станет главным художественным критерием. Тогда придется распрощаться с искусством. Эту дилемму общественной пользы и внутреннего смысла искусства надо всегда иметь в виду.

В моем сообщении будет некоторая теоретическая платформа, которая для нашей аудитории, по крайней мере, для большинства присутствующих, не явится новостью, но она нужна. Опираясь на нее, я хотел бы предложить свою модель, свое видение музея современного искусства.

Внутри художественной среды в XX веке сложилась ситуация, принципиальную новизну которой не все заметили. Ну, у нас в стране эту ситуацию почти никто не заметил, потому что почти весь XX век мы были оторваны от мирового художественного контекста. Но изменений в художественном поле не заметили не только в России. Ситуация непонимания значительно шире. А между тем принципиально изменились очень важные функции акторов художественного поля притом, что имена акторов не изменились. Ну, например, мы по-прежнему говорим: «художественный эксперт», «музей». На примере художественного эксперта сдвиг ситуации объяснить проще всего. Раньше эксперт был знатоком прошлого. Это тонкий специалист, который может определить подлинность подписей, дату, манеру живописи, характерные иконографические мотивы, характер мазка. То есть эксперт — это специалист по прошлому. А сегодня эксперт — это специалист по будущему. Это человек, который может угадать в молодом художнике будущую звезду арт-рынка.

Почему произошло такое изменение? Я думаю, дело в том, что до XX века ритм социально-демографических изменений, смены поколений и динамика эстетических процессов практически совпадали. Продолжительность художественной эпохи и жизни человека были соразмерны. Стоит посмотреть труды по истории искусств, чтобы убедиться: начиная с XVII века художественная эпоха в среднем длилась около 50 лет. Художественная эпоха уходила с уходом ее носителей. В такой системе иной была роль музея. Тогдашний современный художник при жизни не мог рассчитывать увидеть себя в музее. Музей не был причастен к текущему художественному процессу. Он собирал сокровища и следы прошлого, то есть той жизни, которая уже

прошла. Поэтому какой-нибудь владелец ресторанчика в Париже или в Милане мог больше влиять на текущую художественную ситуацию хотя бы тем, что одних художников он кормил, принимая в оплату их рисунки, а других не кормил. Он влиял на художественную ситуацию гораздо больше, чем музей.

Длительность художественной эпохи имела свой экономический аспект. Притом что произведения искусства всегда имели цену, искусство не могло быть бизнесом. Сложно представить себе бизнес-план на 50 или 100 лет. Вообразите, что вы идете покупать картину с расчетом, что ваш внук лет через 70 лет ее продаст и прибыль составит столько-то процентов. Более того, произведение искусства дорожало тогда, когда его автор уже был в ином мире.

В XX веке произошло невероятное ускорение художественного процесса, и господствующие стили или тренды меняются уже не через 50 лет, а через 10, если не через пять. И теперь художник еще работает, а его картины уже давно в музее. Фактически он уже в истории искусства, но одновременно он находится внутри художественного процесса. Такая ситуация вызвала несколько следствий. Одно из них я поясню аналогией из истории религии. До появления церкви каждый христианин искал путь к небу самостоятельно. Не было никакой гарантии, что ты попадешь туда, но ты хочешь быть хорошим христианином и вступаешь в общение с Богом, опираясь только на личную веру. С появлением института церкви на земле появляется представитель неба. Церковь формирует каноны поведения, эти каноны могут меняться от собора к собору, но теперь есть гарантии, что, если ты следуешь этим канонам, ты попадаешь на небо. В искусстве произошло нечто подобное. Как только музеи стали собирать произведения живущих художников, они показали путь в будущее, в то самое бессмертие, ради которого работает художник. Ведь музей — это самый наглядный символ бессмертия. Каждый художник пытается отгадать, насколько его оценит будущее. И вот появляется, по существу, новый (хоть и со старым названием) художественный институт — музей современного искусства, своего рода представитель будущего в настоящем. Попадая в музей, ты попадаешь в будущее и обретаешь бессмертие.

В тот момент, когда музей стал приобретать современных художников, в поле художественной жизни все изменилось. Появилось понятие актуального искусства. Что такое актуальное искусство? Это результат экспертной конвенции. У музеев есть кураторы, которые здесь и сейчас договариваются, какое искусство будет представлять это время и эту страну в том самом будущем.

Наконец, появился рынок. Когда стало понятно, что музеефикация произведения искусства происходит в обозримом будущем, скажем, в перспективе 10 лет, появилась возможность думать о бизнес-плане. Галерист может найти молодого художника, инвестировать его творчество и рассчитывать на прибыль. Джаспер Джонс, купленный за 30 тысяч долларов, через семь лет продается за миллион, а еще через два года — за семь миллионов. Это доступная перспектива, на нее можно рассчитывать.

Таким образом, музей из места, где собирали произведения далекого прошлого, стал ключевым игроком в современном художественном поле. Рынок, например, еще больше поднял роль музея. Как функционируют рынки? Условно говоря, когда вы производите автомобили, вы можете посчитать, какова будет в них потребность с учетом динамики спроса. Учитывая, что люди меняют автомобили раз в 10 лет, вы определяете, сколько машин вам надо производить. Ну, или пиджаков. Если у вас большие мощности, автомобили производятся все более качественные, а пиджаки носятся все дольше, то вы запускаете механизм моды. Люди выбрасывают еще хорошие пиджаки, потому что они уже не модные. И вы поставляете на рынок все больше товара.

На художественном рынке все происходит иначе. Фигурально выражаясь, старые автомобили здесь не сдаются в утиль. Наоборот, они конкурируют с новыми автомобилями на том же самом рынке, но коллапс, который был бы неизбежен на автомобильном рынке, на рынке искусства не наступает. Почему? Потому что музей выводит работы с рынка. Музей ничего не продает. Все музейное сообщество следует этому правилу очень жестко именно потому, что на нем держится система арт-рынка. И это еще больше укрепляет позиции музея в современном искусстве.

Кроме того, музей играет на рынке роль образцового покупателя. В Нью-Йорке работает около 100 тысяч художников, в Москве — пять тысяч. Это гигантское производство арт-объектов, формально мало чем отличающихся. Правила отбора определяет музей. Ведь в арт-бизнесе ключевым вопросом является не то, что ты купил что-то дороже или дешевле, а удалось ли тебе купить именно то произведение, которое попадет в историю искусства. Ну а историю искусства создают музеи.

И наконец, следующая принципиально важная, с моей точки зрения, позиция. Музей является единственным агентом художественной среды, который реально взаимодействует с обществом. Художнику, по большому счету, никто не нужен. Писателю нужен читатель, от этого зависят тиражи, музыканту нужны зрители, они покупают билеты на концерт. А художнику, чтобы реализовать себя, вовсе не нужно признание, вовсе не нужна популярность. Художественная среда, в принципе, самодостаточна. Мы привыкли к тому, что адаптация общества к новому происходит через 20, 30 или 40 лет и не думаем о признании. Самый яркий пример — это московская художественная сцена 1990-х годов — яркое, интересное время, не сравнимое по накалу поисков с тем, что происходит сейчас. При этом по всей стране было, может быть, человек 200, включая и художников, и галеристов, которых вообще интересовало современное искусство. Художественная среда привыкла к изолированному и по-своему комфортному существованию. Нам не было дела до «косного» общества, и мы не заботились о каналах коммуникации. Они не были нужны. Но теперь ясно, что такая ситуация таила в себе огромную угрозу. Мы вошли в 2000-е годы (а это огромный скачок, новая эпоха), сохранив привычный (и в 1990-е годы даже спасительный) коммуникационный вакуум, в котором по привычке существует современное искусство.

За 1990-е годы между публикой и современным искусством выросла стена непонимания. И она не стала меньше сегодня. Хотя современное искусство оказалось увиденным и вышло в публичное пространство, у него по-прежнему нет социальной среды поддержки, зато есть пользующиеся общественной поддержкой гонители. Я считаю, что это произошло именно потому, что в России в поле современного

искусства не было ни одной институции, которая была бы направлена на развитие социальных коммуникаций, которая работала бы с публикой. Но этого нельзя требовать от художника и от галереи. Формирование благоприятной общественной среды вокруг современного искусства — это миссия музея. Музей продает билеты, музей формирует попечительский совет, музей работает с бизнесом и политической элитой, музей развивает связи с университетами. То есть музей играет роль узла социальных коммуникаций, он берет на себя цивилизаторскую функцию. Я убежден, что никакой другой тип художественной институции, кроме как музей, не может сегодня сделать современное искусство общественно актуальным и сформировать новую креативную городскую среду.

•

ИЗ ОБСУЖДЕНИЯ

Владимир Абашев. Я спрошу о том, о чем Марат не сказал, но что многие ожидали услышать: о вхождении современного искусства в Пермь. Скоро в Перми откроется выставка «Русское бедное», которая станет прологом к открытию музея. И здесь возникает вопрос о коммуникациях с местным сообществом. Вы приходите не в пустое пространство. Вы приходите в город с какой-то культурной традицией или культурными привычками, предрассудками, со сложившимся культурным сообществом и сложившейся конфигурацией культурного поля. И часть этого сообщества открытие музея современного искусства наверняка воспримет как культурную интервенцию. Как вы просчитываете риски и тактику поведения в этой ситуации?

Марат Гельман. Я верю в искусство, я верю, что эту работу за меня сделает искусство. Да, пермяки придут на выставку с какими-то предубеждениями, в том числе часть из них с тем настроением, о котором вы говорите. Но искусство настолько захватит их, что они забудут о том, что это какой-то там Гельман из Москвы вторгся к ним в Пермь. Кроме всего прочего, я считаю, что сама выставка будет адекватна среде. Она очень демократична. И важно, что выставка продюсирована в Перми. Это не привозная выставка, которая была где-то в Москве, в Питере, в Нью-Йорке и оттуда попала в Пермь. Выставка полностью сделана в Перми, и отсюда она начнет свою жизнь. Я надеюсь на то, что искусство победит. Впрочем, посмотрим. Скажу откровенно, у меня внутри страны, кроме Питера, не было опытов продвижения современного искусства. Приходилось делать выставку в Нижнем Новгороде, но это не было интервенцией. Это нижегородский филиал ГЦСИ организует события такого туристического плана.

Вопрос из зала. Принято считать, что есть галерея, которая является субъектом художественного рынка, и есть музей, который стоит вне рыночной конъюнктуры. Реальные процессы, которые происходят в современном искусстве, показывают, что многие галереи создают некоторую неподвижную часть собрания, в результате в их стенах

зарождается нечто вроде протомузея. На ваш взгляд, музей вырастает из галереи или все же это особая институция, которую надо отдельно создавать?

Марат Гельман. Я не думаю, что музей вырастает из галереи. Галерея продюсирует художника. Поэтому галерея всегда на стороне художника, музей — на стороне просвещенной публики. И это разные функции и две разные экономики. То, что вы назвали протомузеем, это коллекция галериста. Но это не музейная коллекция, это две большие разницы. У меня большая коллекция, но мне никогда не приходила в голову мысль делать музей. Я подписываю контракт с художником на два года, инвестирую в его работы, значит, получаю на них право собственности. Коллекция галериста — это не музейная коллекция, это собственность.

Анна Гор. У меня один тезис и один вопрос. Тезис адресован Владимиру Абашеву. Программу «Культурная столица» я проводила в семи городах, и в каждом городе, во множестве вариантов, я слышала фразу, подобную вашей: «У нас особая традиция восприятия искусства». Причем чаще всего традиция имела вид консервативная. И каждый город считает, что она особенная, хотя на самом деле она абсолютно одинаковая во всех местах, за исключением, может быть, Москвы. Поэтому бояться реакции не нужно, нужно понимать, что рано или поздно эта реакция должна быть изменена. Делать это надо постепенно, пошагово выстраивая работу с публикой, налаживая диалог, как это было в Нижнем, когда мы 15 лет с упорством капли долбили камень неприятия и, в общем, что-то пробили. Тысяч пять нашей публики мы уже имеем. Но не исключено, что подобный результат будет достигнут путем интервенции, что тоже возможно, просто это другой подход. Но приход современного искусства неизбежен, потому что город должен развиваться, люди, живущие в нем, должны развиваться. А город только тогда играет свою городскую роль, когда представляет весь спектр культуры, широкий спектр. Для того чтобы люди просто могли выбирать, к чему и как они относятся. Поэтому я предлагаю Перми не рассматривать приход современного искусства как интервенцию, а рассматривать этот процесс

как сильный вброс. Сколько времени потратили на обсуждения, как начать? Пытались начать снизу — не получилось, теперь современное искусство приходит сверху. И в той, и в другой ситуации есть свои плюсы и минусы.

Вопрос адресован Марату Гельману. Я обрадована всей этой ситуации в Перми, тем, что так удачно все складывается. И превосходно, что найдено это пространство — Речной вокзал, хотя я уверена, предстоит непростая борьба за недвижимость. А вопрос такой. Кто возьмет на себя ответственность за то, что будет сделано дальше? Марат Гельман, конечно, выбрал себе кабинет с красивым видом из окна, но в этом кабинете пять дней в неделю по восемь часов работать он не будет точно. Кто сейчас готов взять на себя ответственность за дальнейшие шаги?

Марат Гельман. Мы планируем построить систему управления таким образом. Будет попечительский совет, и будет какая-то исполнительная структура. Исполнительная структура вначале будет, скорее всего, чем-то вроде десанта. Но мы будем сразу включать местных специалистов. Они есть. Об этом я не беспокоюсь.

Георгий Исаакян. Я хотел бы вернуться к тому, о чем Марат говорил в начале доклада: о смыслах искусства и о пользе. Я думаю, что все-таки тема художественных смыслов, производимых культурой, для нашего разговора принципиально важна. В разговоре о музее мыслишком съехали в сторону денег: кто инвестирует, как это продается и т. д. Но я думаю, что тот же самый музей современного искусства, как и любая другая культурная институция, занимается гораздо более важной вещью, чем только продажа билетов. Так же как и театр, по существу, не занимается продажей билетов, хоть и продает их. Но это не его сущностная функция. Мы занимаемся производством смыслов и проявлением смыслов — обществу, внутри которого мы существуем, миру, в котором мы живем.

И в этом отношении, я думаю, показательно, что тотальное доминирование американского образа жизни сейчас не связано исключительно только с военной или экономической мощью США. Я провел несколько месяцев в Японии. Это древняя культура, абсолютно герметичная и,

вроде бы, не воспринимающая ничего, стоящего над японским. Но какие три вещи самые культовые сегодня в Японии? Это Макдональдс, бейсбол и Винни-Пух. Вот такое умение создавать и транслировать образы. Во всем мире сейчас очень модно быть американцем. Вопрос не в том, что мы должны транслировать «русское» вовне, вопрос в том, что мы для начала должны научиться успешно транслировать «русское» для себя. «Русское» — это не в узком смысле, какие-то национальные песни и пляски, а сильный суггестивный образ, смысл, который надо искать. И этот образ никак иначе, как через искусство, через культуру, создан быть не может.

Марат Гельман. Это очень важная тема. Но я все же хочу сказать, что экономический форум предполагает то, что мы будем обсуждать не чисто художественные проблемы. Это вовсе не значит, что мы думаем, что экономика более важна, чем наши проблемы. У нас есть свои проблемы, но мы их откладываем в сторону для другого форума, а здесь пытаемся говорить об утилитарной стороне культуры. Как она может помочь, условно говоря, продать город.

**Николай Павлович
ПАЛАЖЧЕНКО**

Искусствовед, куратор
художественных выставок.
Арт-директор и один из основателей
Центра современного искусства
«Винзавод» (Москва)

> **«ВИНЗАВОД». ОПЫТ
ТРАНСФОРМАЦИИ
ПОСТИНДУС-
ТРИАЛЬНОЙ
ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ
ПОСРЕДСТВОМ
КУЛЬТУРНОЙ
ИНТЕРВЕНЦИИ >**

Я не верю, что можно скопировать успешный, вроде «Винзавода», арт-проект и просто повторить его в другом месте. Перенести его, например, в Пермь или Екатеринбург. Копировать такой опыт невозможно, потому как это не какие-то кулинарные рецепты, а месяцы, годы работы эффективной и талантливой команды управленцев, отличающихся не только высоким качеством менеджмента, но и глубоким и объемным пониманием локальных особенностей культурного процесса.

Московскому центру современного искусства «Винзавод» всего два года, но за это время он успел стать одним из самых популярных мест в Москве. Мы доказали, что искусство (которое, хоть и облечено в конкретную материальную форму, является продуктом духа) способно влиять на социально-экономическое благополучие конкретной территории.

До того как в цехах обанкротившегося в 1990-е винного комбината воцарился art district, они находились в предаварийном состоянии. Бывшее промышленное предприятие представляло собой уголок депрессивной экономики за Курским вокзалом и приносило своим владельцам одни убытки. Именно поэтому собственниками завода было принято решение трансформировать корпуса бывшего Московского завода виноградных вин и коньяков в арт-центр¹.

Концепция была выбрана не случайно. У нас на глазах развивались и продолжают развиваться аналогичные проекты в Нью-Йорке, Цюрихе, Бирмингеме и десятке других городов.

К тому же момент принятия решения о дальнейшей судьбе территории совпал с началом роста арт-рынка и популярности современного искусства в целом.

В этом решении была прагматичная составляющая, хотя, конечно, фактор создания новой территории искусства и раскрытия удивительной красоты в промышленной архитектуре середины XIX века был для нас чрезвычайно значимым.

Процесс проектирования от первичной идеи до рабочих чертежей занял рекордное время (меньше года). Еще полтора года ушло на превращение стахановскими темпами депрессивного руинированного объекта в нечто гораздо более приятное.

Сегодня «Винзавод» — это модная площадка с мощнейшей инфраструктурой и сотнями событий. Здесь сконцентрированы самые авторитетные московские галереи —

- > 1. Центр современного искусства «Винзавод» занимает территорию бывшего Московского завода виноградных вин и коньяков (до революции пивоваренный завод «Московская Бавария») общей площадью 20 тыс. кв. м. Инвестором реконструкции винзавода выступило ООО «МВК-Эстейт», к которому после банкротства государственного предприятия перешла большая часть его активов.

XL, Айдан, галерея М&Ю Гельман, Проун, Риджина; здесь функционируют три крупных выставочных зала, мастерские художников, арт-бары, дизайнерские, книжные и музыкальные магазины; проходят публичные лекции и кинопоказы.

Привлечение публики в абсолютно новое место потребовало от нас большей гибкости в подходах к PR и набора абсолютно уникальных решений, которые разработала и впервые использовала наша команда, многие из которых теперь общеизвестны и широко применяются.

Уделяя большое внимание применению различных коммуникационных практик, мы минимально использовали прямую рекламу. Тем не менее только за прошлый год «Винзавод» посетило более 200 тысяч человек.

Когда на «Винзавод» пошли люди (в будни счет идет на сотни, в выходные — на тысячи), тут же проснулась городская власть, и район начал развиваться. Отремонтировали соседнее здание, восстановили железнодорожный переход, бывший до этого в ужасном состоянии, общая атмосфера района стала гораздо приятнее. После того как у нас закончились свободные площади, на заводы, расположенные неподалеку, потянулись рекламные и дизайнерские агентства, интернет-компании, магазины. Уличные художники украсили район своими произведениями. Резко выросла стоимость всех ближайших помещений. То есть мы, по сути, стали тем локомотивом, который начал тянуть район экономически.

Развитие района — не единственный аргумент в пользу целесообразности центров современного искусства, подобных «Винзаводу». Есть еще несколько.

Важный тезис — *развитие туризма*. До появления «Винзавода» в Москве, куда постоянно и в огромных количествах приезжают иностранцы, негде было посмотреть на современное искусство. Существовали и продолжают существовать частные галереи с метражом в 100 «квадратов», но территория, аккумулирующая городской contemporary art, отсутствовала. В принципе, туристическим объектом одна галерея являться не может, а когда человек приходит на «Винзавод» и видит 10 галерей, это уже некая культурная программа для горожан и гостей города.

Появление новых рабочих мест — тоже вполне конкретный бонус. Все небольшие бизнесы, связанные с искусством, благодаря переезду на «Винзавод» расширились. Вместе с появлением больших площадей и большего потока посетителей у предпринимателей появилась и уверенность в себе. Структуры начали нанимать дополнительных сотрудников, что дало серьезный экономический импульс для экономики. Сколько всего отремонтировано, сколько охранных и пожарных систем поставлено, сколько, в конце концов, воды завезено в кулеры... Это живые деньги, это стимуляция экономической активности города.

И наконец, последним, самым важным результатом я считаю *стимулирование отрасли*. Искусство как экономическая отрасль, в которой работают и зарабатывают люди, за счет такого фактора, что все основные фигуранты собрались в одном месте, получило очень хороший толчок к развитию. Сначала многие боялись, говорили: «Наши клиенты, они ведь увидят наших конкурентов рядом?». Но, в конце концов, поняли, насколько действенен «принцип фудкорта». Расширение выбора всегда стимулирует отрасль. Это прагматичные вещи, о которых художники не очень любят говорить, но именно они позволяют реализовать те смыслы, ради которых мы и занимаемся искусством.

Ведь искусство и бизнес существуют не в оппозиции «высокое/низкое», а в симбиозе. «Винзавод» — это частный предпринимательский проект, одинаково успешно решающий как экономические, так и гуманитарные задачи.

Наш проект, конечно, не единственный российский опыт преобразования убыточной промзоны в локомотив территориального развития. Но именно «Винзавод» утвердил, легитимизировал моду на преображение «депрессивного» пространства, предложил схему, которая действительно работает.

Сейчас в Москве, помимо «Винзавода», есть еще центры современного искусства «Гараж»² и «Арт-Стрелка»³, галереи «Проект “Фабрика”»⁴, в Петербурге успешно существует «Лофт-проект “Этажи”». Все они квартируют в помещениях, переродившихся из заброшенных промышленных склепов в ультрасовременные, обаятельные новым постиндустриальным лоском площадки.

«Винзавод» же остается площадкой площадок, крупнейшей структурой, которая занимает нишу отсутствующего пока в России большого музея современного искусства. В перспективе, если хватит воли (а мне интуитивно кажется, что хватит), интересный музей может появиться в Перми.

При этом пермская культурная ситуация, так же как, например, московская или екатеринбургская, специфична, и создавать в Перми музей или арт-центр нужно не по образу и подобию «Винзавода», а по уникальным лекалам. Я резко отрицательно отношусь к возможности копирования или повторения успешных проектов. Копировать такой опыт невозможно, потому как это не какие-то рецепты, а месяцы, годы работы эффективной и талантливой команды управленцев, отличающихся не только высоким качеством менеджмента, но и глубоким и объемным пониманием культурного процесса.

В искусстве есть много разных технологий развития, и в каждом уникальном случае необходимо применять конкретные методы, которые, впрочем, не могут гарантировать результат: ничего не поделаешь, это бизнес.

Результат любого проекта зависит, прежде всего, от уровня команды, которая его делает. Поэтому я уверен, что присутствие среди инициаторов нового пермского музея Сергея Гордеева, известного как автор и участник многих успешных проектов как в бизнесе, так и в искусстве, обеспечит такой результат.

- > 2. Центр современной культуры «Гараж» расположен в бывшем «Бахметьевском автобусном парке», спроектированном архитектором К. Мельниковым и инженером В. Шуховым в 1926 году.
3. Культурный центр «Арт-Стрелка», объединивший несколько галерей, размещается в бывших гаражах на территории кондитерской фабрики «Красный Октябрь».
4. Галерея «Фабрика» базируется на территории функционирующей фабрики технических бумаг «Октябрь».

ИЗ ОБСУЖДЕНИЯ

Герхард Хорн⁵. Я впечатлен результатами, которые были приведены в докладе. Для того чтобы в Эссене и других городах Рурской области добиться таких результатов, мы разрабатывали и вели программу в течение 30 лет. Мы начали с того, что создали концепцию культурного развития города. Исходным пунктом политики города стал тезис, что культура повышает качество жизни и может приносить прибыль. Мы начали с того, что нашу культурную политику мы увязали с общими проблемами развития города. В конце концов, с помощью такой политики мы сумели добиться большей социальной стабильности и развития. Кстати, стимулом процесса редевелопмента в Рурской области, который был начат 30 лет назад, стал закон о защите памятников. Этот закон помог нам сохранить промышленные памятники как наше национальное богатство. Бывшие промышленные сооружения, превращенные в выставочные комплексы и другие объекты культурной инфраструктуры, начали новую жизнь. И мы теперь видим, что один евро, который выделяется государством на сохранение памятников, привлекает до 15 евро из частного сектора. Я хотел привести этот пример для того, чтобы передать еще один импульс оптимизма реализации ваших проектов. Мы считаем, что культура создает качество жизни, а качество жизни ведет к прибыли.

Николай Палажченко. Спасибо. В связи со сказанным вами хочу обратить внимание присутствующих (может, не все это отметили) на одну из важных деталей нашего проекта. Перед нами также стояла проблема сохранения индустриального архитектурного наследия. Многие промышленные объекты прошлого необходимо рассматривать как памятники истории, культуры, архитектуры. Для России это

> 5. Ведущий специалист программы «Культурная столица – Рур 2010», Германия.

во многом новый подход, мы не всегда осознаем культурную, историческую и эстетическую, архитектурную ценность производственных построек. При реконструкции промышленных корпусов бывшего завода вин и коньяков (это памятник архитектуры городского значения) мы стремились сохранить их облик и конструкцию. Поэтому пример «Винзавода» поучителен и в этом смысле, поучителен с точки зрения подходов к сохранению культурного наследия.

Вопрос из зала. Николай, скажите, пожалуйста, сколько владельцу стоила покупка винзавода на первом этапе, какова его стоимость сейчас и сколько стоил инвестиционный проект его развития? И второй вопрос. У вас единый собственник или кооперация арендаторов? Наконец, третье. Пример с «Art Play» показывает, что интересы собственника могут со временем измениться в отношении проекта. Такой же у вас будет случай или нет?

Николай Палажченко. Начнем с «Art Play». Там история была такая. Был комплекс зданий старой ткацкой фабрики, памятник промышленной архитектуры. Комплекс зданий был передан собственником управляющей компании, которая называется «Art Play», и передан он был временно, на два года. «Art Play» «просидел» там шесть лет именно потому, что собственник поддерживал и разделял все, что там происходило. Но это изначально было временным проектом, так же, как «Арт-Стрелка», поэтому говорить, что здесь как-то изменились интересы собственников, неправильно. Что касается «Винзавода», то у нас собственник и управляющая компания — это одно целое. Это группа акционеров, они единомышленники, и у них есть общее видение стратегии развития «Винзавода». Это, кстати, отличает нас и от «Гаража», который в аренде, в бесплатной или

недорогой, но все же в аренде, и от «Art Play». «Art Play» — это управляющая компания, которая входит на разные объекты. Нам проще жить, потому что у нас управлением занимается собственник. Но это уникальная ситуация. Вообще я бы не стал говорить о каких-то шаблонах в таком тонком деле, как культурные проекты. Потому что в Екатеринбурге, или в Перми, или в любом другом городе совершенно разные культурные ситуации, совершенно разные условия вхождения на рынок, и копировать такой опыт невозможно. Есть много разных технологий развития в искусстве, они все известны. Например, музей, о котором говорил Марат Гельман, или художественная резиденция, или что-то еще. В каждом конкретном случае нужно применять конкретные методы. Но ничто не гарантирует результат, это бизнес. Что же касается вашего первого вопроса, о деньгах, то конкретных цифр я просто не помню. И надо учесть, что когда это все покупалось, деньги имели другую стоимость. И если я скажу, что в две тысячи таком-то году объект стоил «Х» миллионов долларов, то это мало что скажет, потому что миллион долларов тогда и сейчас — это разная стоимость денег. К тому же у нашего проекта не чисто экономическое развитие.

Эндрю Эрскин⁶. Я хочу сказать, что ваш проект в Москве впечатляет. Подобные проекты реализуются и у нас в Великобритании, и, думаю, они тоже могли бы служить источником опыта для России. Поэтому я хочу сказать несколько слов о проекте музея современного искусства в Перми в связи с моим собственным опытом создания новых музеев в Великобритании. Мне кажется, есть пять важных моментов, которые нужно иметь в виду, когда мы беремся за создание нового музея.

> 6. Представитель консалтинговой компании Тома Флеминга, Великобритания.

Первое, что принципиально важно, это коммуникация с общественностью. Мы должны привлечь внимание общественности к созданию музея и сформировать благожелательное отношение к проекту. Второе — надо внятно сформулировать цель. Для кого создается музей: для семьи, для молодых людей? С целью нужно определиться на самой ранней стадии. Третье, что нужно иметь в виду, — это коммуникации в профессиональной среде. Надо устанавливать связи с другими музеями, университетами, колледжами. Далее, мы должны устанавливать связи с художниками, арт-критиками и галереями. Наконец, необходима связь музея с бизнесом, необходим поиск инвестиций.

**Наиля Биал кызы
АЛЛАХВЕРДИЕВА**

Искусствовед, менеджер культуры,
журналист, директор агентства
«Арт-Политика» (Екатеринбург)

> СОВРЕМЕННОЕ ИСКУССТВО В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ: СТРАТЕГИИ, РЕСУРСЫ И ТЕХНОЛОГИИ >

Внедрение актуального искусства в урбанистические пространства создает выразительный средовой контраст и одновременно налаживает коммуникацию горожан между собой, различными сообществами, с властью и деловыми кругами. Паблик-арт меняет масштаб и качество взаимодействия с историческим и культурным наследием, дает возможность человеческого контакта с историей и ее приватного переживания.

Одна моя знакомая, архитектор по образованию, как-то призналась, что в Екатеринбурге у нее развивается странная мания. Наблюдая городской пейзаж, она все время занимается воображаемым исправлением ошибок проектировщиков города от его основания до наших дней и моделирует в своем сознании другой, совершенный Екатеринбург...

И хотя наши «большие города» всем своим видом говорят «нет!», талантливым людям, именно некачественная и эстетически бездарная среда индустриальных центров может оказаться самым эффективным тренажером отечественного креативного мышления. Без иронии можно было бы предложить новую тематическую рамку для семинаров по социокультурному проектированию, например, «Уродство городов как стратегический ресурс территории!».

Собственно, вся история локального культурного активизма нашей инициативной группы, которая сейчас упаковалась в название «Арт-Политика», — это попытка проектного использования данного «ресурса» для трансляции новых образов и моделирования такой городской среды, какой ее видим мы и те художники, которые работают с нашей организацией. Результат — многолетняя программа интеграции современного искусства в общественные пространства. Пожалуй, это первая в России системная деятельность, направленная на интерпретацию различных визуальных контекстов города.

Главная цель, которую мы ставили перед собой с самого начала, — это реализация масштабных проектов, которые могли бы создать качественную альтернативу существующим практикам освоения городской среды. Следуя этим путем, за девять лет работы мы смогли реализовать самые разные по своему характеру, структуре и содержанию проекты. Созданные в хай-тек и лоу-тек форматах, масштабные и камерные, постоянные и временные — все эти проекты можно рассматривать как модели для воспроизводства и распространения в других городах России. Но еще более важно то, что наш опыт наметил тактики и стратегии взаимоотношений художников с городскими пространствами, а также технологии организации, производства и продвижения художественных проектов в городской среде.

Искусство вместо рекламы

Развитие рекламных коммуникаций в городе приносит не только дополнительный доход в бюджет городов и повышает эффективность коммерческих компаний, с таким же успехом реклама приватизирует весь предоставленный ей урбанистический ландшафт, претендуя на роль главного события в городской повседневности. Быстрое развитие рекламных технологий и отсутствие регулирующей политики, направленной на сохранение публичной сферы, привело к тому, что реклама стала доминирующим визуальным нарративом в городской среде. В то же время искусство находилось в прямо противоположной ситуации, продолжая укреплять свои маргинальные позиции. Отсутствие инфраструктуры, которая характерна для всей нашей страны, скандальная репутация и снобизм деятелей актуального искусства затрудняли контакт широкой аудитории с произведениями. Именно поэтому мы стали использовать рекламные технологии. В рамках наших проектов они превратились в масштабные и эффективные механизмы трансляции образов и идей и одновременно стали эффективным способом «отвоёвывания» общественной собственности.

В 2000 году, когда мы начали действовать в этом направлении, главным и одновременно самым дешевым рекламным носителем в Екатеринбурге была листовка формата А3 и А4, размноженная на ризографе. С растущей популярностью листовки, которая наводнила остановки, столбы, заборы и стены домов, стала расцветать и эстетика примитивного компьютерного дизайна. Этот наивный дизайн, особенно колоритный в рекламе интимных услуг, был настолько абсурдным, что многие собирали коллекции уличных шедевров. Нам казалось, что именно эта замусоренная, китчевая и в то же время невероятно творческая и демократичная среда станет прекрасным местом для появления высказываний современного художника. Так родился проект международной листовочной акции «Агитация за искусство» (см. рис. 1), где художникам впервые было предложено занять открытую, «рыночную» позицию и попытаться придумать индивидуальные концепции рекламы себя и своей деятельности.



Рис. 1.
«Заряжай!»
Александр Данилов
(Черри Хилл, США).
Акция «Агитация
за искусство».

Проект был сетевой, все работы мы получали по Интернету, для чего был создан специальный сайт. Поэтому каждый желающий мог принять участие в акции — скачать и расклеить любую листовку. Откликнулось более сотни художников из России и зарубежья. В своих работах они исследовали эстетику, темы и стратегии городской рекламы, одновременно демонстрируя концептуальный потенциал, чувственность и социальную значимость современного искусства.

Самая активная фаза проекта в городе была связана с массовой расклейкой листовок. При очень большой экономичности (листовки мы печатали на ризографе в два цвета, чтобы совпасть с эстетикой дешевых рекламных листовок) масштаб у проекта оказался ощутимым. Люди, заинтригованные странной «рекламой» на улицах, находили сайт проекта в Интернете, и можно было по рейтингам посещаемости оценивать его эффективность. Проект быстро стал популярным, и мы смогли показать его в Москве, Санкт-Петербурге, Самаре, Тольятти, Ижевске, Нижнекамске, а в нескольких городах — Набережных Челнах, Новосибирске и Уфе — он вообще прошел без нашего участия. Инициативные группы молодых художников самостоятельно провели акции, используя возможности сайта. «Агитация за искусство» стала первым успешным опытом моделирования социальной коммуникации на основе современного искусства.

Стремительная эволюция рекламных и полиграфических технологий очень быстро вытеснила примитивный жанр рекламной листовки. В городе появились более соблазнительные для художественных экспериментов носители —

огромные экраны наружного видео. В 2004 году благодаря появлению в Екатеринбурге первой сети уличных экранов мы вышли на новый технологический уровень, предложив для сетевой трансляции специальный проект — международный фестиваль видеоарта на экранах наружного видео «OUTVIDEO» (см. рис. 2, 3).



Рис. 2.
Заставка фестиваля
«OUTVIDEO»

Низкое качество тогдашней видеорекламы делало экраны малопривлекательными, владельцы сети понимали, что искусство может привлечь внимание к новым носителям и задать новую планку качества роликов для локальных рекламных агентств и дизайн-студий. Впервые фестиваль прошел в Екатеринбурге в сети из восьми больших светодиодных экранов компании «ИгРек Синема» и вызвал резонанс в мировой художественной жизни. На участие в проекте за четыре года подали заявки более 600 видеохудожников со всех концов света. Благодаря проекту город приобрел не только неординарное культурное событие, но и репутацию центра современной художественной жизни.

Успех фестиваля и его международный резонанс позволили проекту обрести нового стратегического партнера — компанию «City Vision». Благодаря поддержке этой крупнейшей в Европе сети наружного видео в 2006 году фестиваль развернулся по 16 городам России, открывая новый масштаб интеграции современного искусства в стране. Благодаря фестивалю впервые в России произведения современного видеоарта вышли на миллионную аудиторию.

Фестиваль «OUTVIDEO» демократичен и открыт для любых художественных высказываний. За четыре года существования в нем принимали участие многие крупные мастера видеоарта — Ким Суджа, группа «Синестетико», Франсис Гомила, Клеменс фон Ведемейер, Бригит Рамзауэр, Гор Чохал, Александра Митлянская, группа «Синие Носы», группа «Эскейп». Однако важнее, что фестиваль стал отличной стартовой площадкой для многих молодых перспективных авторов, таких как Владимир Логутов, Павел Шугуров, Виктория Бегальская, групп «Куда бегут собаки», «СПИС», «Не с Руки». А например, «Портрет» Владлены Громовой, удостоенный премии Кандинского, впервые был показан именно на нашем фестивале в 2007 году.



Рис. 3.
«Женщина игла». Ким
Суджа (Нью-Йорк).
Фестиваль
«OUTVIDEO»

Фестиваль открыл емкую область публичного пространства города, где такой элитарный, казалось бы, вид искусства, как видеоарт, становится востребованным, обретает массовую аудиторию. Технические ограничения и контекст репрезентации становятся вызовом для художников, но и одновременно открывают для них «новые рынки».

Для фестиваля художники создают работы специально в формате рекламного ролика для экрана наружного видео — разрешение в два раза меньше телевизионного — 320x240 пикселей, длительностью не более 30 секунд, без звука. Работы, присланные на фестиваль, просматриваются членами жюри, и на основе их решения формируются различные программы фестиваля.

Дневная программа (31 работа) традиционно демонстрируется в течение месяца — каждый день новая работа, интервал показов — пять-семь минут, всего 240 выходов в день на каждом из 39 экранов. Не вошедшие в дневную программу работы составили ночную программу фестиваля (около 120 работ). Ночная программа показывалась два последних дня фестиваля без перерывов на рекламу с 00.00 до 02.00. Кроме того, в программе каждого года были включены специальные показы в кинотеатре и временные медиаинсталляции или медиаперформансы.

Освоение лакун

Советское прошлое оставило нам в наследство не только типовую стерильную архитектуру и бесчувственную рациональную городскую среду. Главная «заслуга» этого периода нашей истории в том, что именно тогда была сформирована традиция формализованного и экономного отношения к общественным пространствам, которая до сих пор продолжает жить в сознании как городских властей, так и жителей города. Визуально бедная реальность советского города стала не только фактором дизайна городской среды, который до сих пор трудно преодолеть, она сформировала тотальный дефицит социального и управленческого воображения относительно альтернативных способов освоения городского пространства.

Очевидно, что самыми наглядными средовыми лакунами, которые буквально напрашивались на креативную терапию и культурное перепрофилирование, были пустые плоскости стен функционалистской архитектуры и километров бетонных заборов, опоясывающих обширные городские территории.

После эфемерного проекта «Агитация за искусство» мы совсем не стремились к освоению монументальных рубежей. Казалось, что это вотчина власти и приближенных к ней «особенных» художников. Для таких проектов всегда нужна поддержка муниципальной власти. Возможность представилась неожиданно. Через год нам предложили участие в фестивале современного искусства Нидерландов в Екатеринбурге. Так как фестиваль был официальным

событием, реализацию всех проектов сопровождало постановление главы Екатеринбурга.

Мы пригласили голландский проект медиаискусства в публичной сфере «Дебаты и кредиты», который придумали Эрик Клейтенберг и Татьяна Горючева для исследования проблем публичной сферы через интервенции проектов современных голландских художников. Голландский проект, состоящий из различных медийных акций — стикеры, граффити, медиа-инсталляции в метро, видеотрансляции на телевидении, ви-джеинг в клубах и на улицах города — тоже был настроен на эфемерное присутствие и не предполагал монументального воплощения. На эту идею нас натолкнул один из художников — Арно Кунен. В архивах его работ мы обнаружили удивительно красивую мозаику из керамической плитки, сделанную в музее Класма (Хельсинки). Мозаика изображала пикселированную Лару Крофт. Контраст между цифровой природой имиджа и остроумным технологичным переводом его в монументальный формат (плитка как пиксель) стал решающим аргументом в пользу реализации нашей идеи.

В центре Екатеринбурга мы выбрали пустую стену перехода между корпусами Уральского университета размером 12х12 м. Арно предложил масштабировать на стене фотографию людей, сидящих на трибунах. Его проект назывался «Demolition man» (см. рис. 4). Руководство университета одобрило проект. Возможно потому, что работа могла легко сойти за изображение студентов, сидящих на лекции. На деле это были зрители боев по фри файтингу. У художника были, конечно, более радикальные идеи. Он предлагал разместить фотографии новых русских в черных очках, борцов на ринге и другие брутальные образы «новой русской жизни», но рабочей группой для реализации был выбран самый нейтральный вариант.

Так как бюджет был небольшим, мы решили ограничить цветовую палитру и художник перевел изображение в черно-белую гамму. И хотя в результате получилось настоящее монументальное панно, проект сохранил свою концептуальную чистоту: цифровой образ был буквально воссоздан, материализован с помощью обычной бригады облицовщиков, работой которых художник управлял через Интернет.



Рис.4.
«Demolition Man».
Арно Кунен
(Амстердам)

Другим примером работы по культурной реанимации городских пустот стал ежегодный фестиваль современного искусства на бетонных заборах города «Длинные истории Екатеринбурга» (см. рис. 5 – 7). К нам обратилась имиджевая организация города МУ «Столица Урала», которая попросила придумать проект, направленный на улучшение имиджа города в рамках его 280-летнего юбилея. В качестве объектов были предложены обычные бетонные заборы, которые благодаря строительному буму стали визуальным лейт-мотивом города. Для решения этих задач была разработана оригинальная концепция, позволяющая создавать масштабные монументальные произведения современного искусства в городской среде.



Рис. 5.
Микрокосмос. Arterror
(Екатеринбург).
Фото А. Сергеева

Серые нейтральные блоки заборов — отличное место для ярких экспериментов художников. Протяженность бетонных изгородей, их повторяющаяся модульная структура сами собой подталкивают мысль к сериальности, к развитию темы сюжета в серии кадров. Каждую секцию бетонной ограды можно представлять как экран или кадр, а весь забор — как монументализированную киноплёнку, или очень длинную Comic Strip, или бегущую строку. Бетонные заборы как будто специально приготовлены для актуальных художественных проектов, тяготеющих к регулярным структурам, кинематографичности, динамизации восприятия статичных изображений в эпоху серийности и сериальности.



Рис. 6.
«Сердечно».
Арт-группа
«Засада Цеткин»
(Екатеринбург).
Фото А. Сергеева

Художникам предлагалось создавать визуальные истории в городской среде, на бетонных заборах (протяженностью от 40 до 140 метров), которые «считываются» по мере продвижения зрителя вдоль них. За шесть лет фестиваля было реализовано 62 художественных проекта, которые создали новые культурные маршруты и достопримечательности. И хотя проект не был краеведческим (прежде всего это коллекция новых историй, рассказанных городу художниками), мы получили множество неожиданных открытий и совпадений в интерпретации городских контекстов. Так, проект «Oil industry worker» развернулся у станции метро Геологическая и Академии народного хозяйства, став

символическим выражением случайно сложившейся взаимосвязи объектов. Проект «Гулял по Уралу Чапаев Герой» Анатолия Вяткина не на шутку напугал застройщиков на улице Красноармейской. Они увидели в нем антибуржуазный вызов. Проект «Коммуналка» опоясал большую стройку элитного жилья, а «Синяя линия» Юрия Аввакумова случайно оказалась на заборе городской больницы. Главный недостаток «Длинных историй» — их эфемерность. Заборы демонтируются, переезжают с места на место, заклеиваются афишами. Но именно это делает проект ненавязчивым, чувственным событием, позволяющим ощутить течение времени в городе.



Рис. 7.
«Государственная
живопись».
Георгий Острцов
(Москва).
Фото И. Зиганшина

За годы своего существования фестиваль стал культурным брендом Екатеринбурга и даже был занесен в городскую книгу рекордов. В 2008 году «Длинные истории» стали лауреатом государственной премии «Инновация» в номинации «Лучший региональный проект». Артемий Лебедев на странице своей студии назвал проект Анатолия Вяткина «Вот такая колбаса» лучшим забором страны, а неформальный сайт города Екатеринбурга, портал <http://www.1723.ru/> украсил слоган «Город древний, город длинный». Общая площадь художественно освоенной поверхности за эти годы, если бы она сохранилась, составила бы около 30 тысяч кв. м, и тогда город стал бы самым большим в стране художественным музеем под открытым небом.

Креативное благоустройство среды

Видимый уровень благоустройства городской среды визуализирует заботу местной власти о качестве жизни населения. Это область репрезентации социальной политики города, его экономического и культурного статуса. Активный экономический рост последних лет привел к такому же активному процессу в области городского благоустройства. Город «оделся» в новые тротуары, уличные фонари, скамейки, остановочные комплексы и ночную иллюминацию. Но чуда не случилось — Золушка не превратилась в принцессу. Заново благоустроенная среда оказалась такой же невыразительной, как и была, город сохранил ауру провинциализма. Кроме того, решения по благоустройству не везде были комплексными. За обновлением тротуаров в прогулочных зонах не всегда следовало размещение скамеек, а размещение скамеек необязательно влекло за собой установку урн. Однако благоустройство должно быть не только комплексным, хотелось, чтобы оно было креативным.

Вообще у нас никогда не было цели заниматься благоустройством среды, мы считали, что это зона муниципальной ответственности. Просто тот опыт, который мы получили в рамках своих проектных экспериментов, показал, насколько важным может быть персональное, авторское решение любой проблемы. И оно вряд ли может возникнуть в рамках стандартизированных подходов городского комитета по благоустройству и формальной процедуры утверждения подобных проектов Главархитектурой.

В 2002 году случай попробовать себя в благоустройстве города представился. К нам обратился местный предприниматель с просьбой предложить идею для демонстрации качеств композитного материала, который он хотел запустить в производство. Изучая качества продукта, мы выяснили, что базовый материал можно расписывать акриловыми красками, а для закрепления красочного слоя есть специальный лак, который выдерживает большую амплитуду температурных колебаний и агрессивное воздействие среды. В итоге получалась вандалоустойчивая поверхность, по прочности превосходящая гранит. Но технология производства не была вполне отработана. Пока можно было отливать только плоские листы материала. Из всех возможных вариантов

наиболее интересной нам показалась идея сделать ограниченную серию скамеек для конкретного места в городе, чтобы показать выразительные возможности искусства для решения рекреационных задач города.

Подходящее место мы нашли на набережной Исети в самом центре Екатеринбурга. Это популярное место романтических прогулок, где, по иронии судьбы, не осталось ни одной живой скамейки. Ограниченные нюансами технологии, мы предложили простой геометрический дизайн скамеек: высокая спинка увеличивала изобразительную площадь и одновременно создавала неудобства для тех, кто привык сидеть на спинках скамеек, ставя ноги на сидение. Концепцию проекта диктовал контекст. Мы попросили молодых уральских художников придумать образы «скамеек для влюбленных». В итоге было создано семь оригинальных красочных шедевров, которые украсили набережную Исети. Мы очень надеялись, что проект станет долгожителем, но упустили из виду, что, помимо влюбленных, набережную в позднее время суток облюбовали компании криминальной молодежи. Через пару недель от скамеек остались одни каркасы. Этот неудачный опыт научил нас внимательно относиться к анализу потенциальных целевых аудиторий и прогнозировать не только позитивные, но и негативные сценарии реакции на наши нововведения.

Альтернативным опытом оказался проект памятника «Клаве» (компьютерной клавиатуре) Анатолия Вяткина, мегапроект фестиваля «Длинные истории Екатеринбурга — 3», придуманный специально для набережной Исети (см. рис. 8). Первоначально художник намеревался создать плоские бетонные кнопки, но мы поняли, что объемное решение не только добавит интерактивность образу, но одновременно решит проблему нехватки скамеек на очень популярном и живописном отрезке набережной. Общая площадь памятника составила 16x4 кв. м. 86 кнопок, весом от 100 до 500 кг каждая, разместились в углублениях с интервалом 15 см на площадке второго яруса набережной, со стороны улицы Гоголя. «Клава» стала первым в городе масштабным средовым экспериментом, который перепрограммировал коммуникативную и символическую среду прилегающей территории. Каждая кнопка бетонной клавиатуры стала импровизированной скамейкой, на которой можно посидеть, пунктом назначения свиданий, элементом интерактивных игр.



Рис. 8.
«Клава».
Анатолий Вяткин
(Заречный).
Фото Е. Беликова

По сути, это не только памятник предмету массового потребления, воплощающему современную эпоху развития западной технологической культуры, но и ландшафтная композиция, которая ассоциативно отсылает к традиции восточного сада камней с его глубоким символизмом, отражающим философию и смысл существования человека.

Памятник повлиял на символическую реинтерпретацию окружающего пространства и резко повысил его креативность. Расположенный вблизи «Клавы» старый каменный дом теперь называют не иначе как «системным блоком». Исеть, этимологический смысл имени которой большинству горожан неизвестен, благодаря активности форумов по поводу открытия клавиатуры нередко пишется теперь как «iСеть». Вблизи «Клавы» предлагается разместить и другие масштабированные реалии компьютерного пользователя.

Памятник «Клаве» стал самым популярным городским монументом за всю историю города, его известность давно преодолела российские границы. В 2007 году «Клава» была номинирована телеканалом «Россия» на участие в конкурсе «7 чудес России» и уверенно вошла в полуфинал конкурса. Характерно, что побывавший в Екатеринбурге профессор Никлаус Вирт, изобретатель языка Паскаль, выразил желание посетить проект даже на стадии монтажа. Памятник стал своеобразной меккой для нового поколения пользователей сети Интернет, местом паломничества людей, встретившихся благодаря Интернету. А дети используют «Клаву» как интерактивный аттракцион и пользуются возможностью

в движении изучать русский и английский алфавит. Наконец, новый средовой памятник подарил горожанам новые чувственные переживания городского пространства.

Заметим, что «Клава» не является официально согласованным городским памятником. Но именно этот арт-объект стал источником нового чувственного опыта для горожан и моделью для развития новой идентичности города. «Клава» — образец креативного благоустройства, модель неформальных, эмоциональных отношений города и общества. Она не только реально благоустроила фрагмент городского пространства, она обновила исторический контекст всего города. Причем не ретроспективно, а перспективно. Важно, что проект открыт для понимания, его смысл и значение понятны современному человеку любой расы, культуры и вероисповедания.

Сегодня проект неофициально стал лэнд-маркой территории. Все городские путеводители включают «Клаву» в обязательный для посещения список достопримечательностей Екатеринбурга. «Клава» успешно капитализирует территорию, демонстрируя торжество живого творчества над формализмом и косностью.

Новые достопримечательности

Достопримечательности — важнейший инструмент продвижения образа территории, ее истории. В российской версии локальная история в городском ландшафте — это почти всегда идеология со своим пантеоном героев, событий и образов, визуализированных в гранитных и бронзовых монументах. Смена идеологий, новая система экономических отношений ослабили пропагандистский дух прежних монументальных «шедевров», но не уничтожили его. На смену советской монументальной пропаганде пришел ретроспективизм культ стилизации, сохраняющий верность эстетике XIX века.

В этом контексте паблик-арт становится едва ли не единственным инструментом внедрения альтернативных концепций локальной истории и ее визуализации в городской среде. По большому счету, паблик-арт проекты должны не столько создавать эстетическое в городе, сколько

находить модели артикуляции «других» голосов и мнений в публичной сфере. Таким образом, локальная история актуализируется, и, кроме исторической ретроспективы, у локуса появляется менее однозначная историческая перспектива.

В рамках голландского проекта «Дебаты и кредиты» в 2002 году было создано очень много медийных проектов (стикерная акция, инсталляция в метро, видеотрансляции на местном ТВ и городских рекламных экранах, граффити, виджей сеты), но только один из них выжил и стал новой достопримечательностью Екатеринбурга. Большой проект Леонарда Ван Мюнстера назывался «Позитивные зеркала» и представлял собой разбросанные по городу загадочные императивные фразы из зеркальной плитки, смонтированные на стенах с помощью двухстороннего скотча сильного крепления: «Ты в моей власти», «Я никогда не видел никого прекраснее тебя», «Ты узнаешь меня», «Я знаю, где ты».

К сожалению, многие из них оказались доступны прохожим и через месяц были разобраны на сувениры. Лишь одна смонтированная выше человеческого роста, на здании кинотеатра «Колизей» уцелела. В течение шести лет (до очередного капитального ремонта кинотеатра) эта надпись убеждала прохожих: «Ты уникален» (см. рис. 9). В первые же полгода зеркальный слоган побил все рекорды по популярности. Городские газеты отмечали, что по частоте задаваемых редакции вопросов о том, что это такое, фраза обогнала даже такие насущные проблемы, как ремонт канализационных сетей и строительство новых развязок. Императив «Ты уникален» оказался настолько универсальным и адекватным настроениям горожан месседжем, что даже знакомые автору пенсионеры, категорически отрицающие современное искусство, признавались, что, когда читают это послание, они готовы смириться с contemporary art. Ну а молодые екатеринбуржцы и туристы обязательно останавливались у зеркальной надписи, чтобы сфотографироваться на ее фоне.

Вот пример, какой большой потенциал жизнеспособности имеет креативное художественное произведение и как оно может претендовать на статус новой достопримечательности. Это не привычное краеведческое history — это story,

яркий случай в текущей городской повседневности. Именно так и формируются неофициальные «места силы» и городские культурные маршруты, не менее притягательные, чем официальные. Это стратегия интеграции новых нарративов, новых мифов, новых смыслов, которые становятся катализаторами новых отношений, утверждающих историческую многогласность города, где прошлое пересекается с настоящим.



Рис. 9.
«Positive Mirrors».
Лео Ван Мюнстер
(Амстердам).
Фото А. Сергеева

Но не только настоящее нуждается в репрезентации. Прошлое городов сигнифицировано очень выборочно. Рядом с избранным числом исторически «богатых» мест и строений тихо сосуществуют «исторически неопределенные» городские объекты — лакуны в историческом контексте города. Летом 2007 года городская информационно-туристическая служба переехала в ничем не примечательное здание XIX века с прилегающим внутренним двориком исключительно хозяйственного назначения. Нужно было придумать идею для раскрутки места и оформить внутренний дворик.

Мы обратились к арт-группе «Куда бегут собаки» и молодому трафаретному граффитисту Vizeg. Они предложили две разновекторные идеи интерпретации этого пространства. Художники из группы «КБС» придумали невероятно ностальгический проект-посвящение дворику из нашего общего советского прошлого, где все тонет в особом сиянии детских воспоминаний. Документация проекта

хорошо передает его настроение: «Сияние обыденных вещей, фабрично-самодельных и одинаковых у всех. Набор милой сердцу привычной ерунды, сборная солянка из пристрастий, привычек, путешествий, нужд, мечтаний и воспоминаний жителей одного двора: скворечник, сколоченный пионерами, хулиганские надписи, застиранное белье, лопаты дворника дяди Васи, ржавые тазы и даже мусорный бак — сияние Родины; траченный молью абстрактно-восточный ковер — дружба народов и предел мечтаний хозяюшек; великолепный привет краснокожих Америки — гриб-песочница по совместительству». Идея ностальгических воспоминаний о дворике советского детства была воплощена в серии зеркальных объектов, которые разместились на территории двора и стали настоящей машиной времени в придуманное художниками пространство прошлого.

Трафаретный проект Vizer'a, наоборот, буквально поддержал идею туризма, путешествий, охоты за культурными ценностями. На стене при входе разместилось огромное трафаретное панно, изображающее процесс нанесения трафарета с известной гравюры Хокуса. Два этих разноплановых, но очень тактильных проекта соединил текст-аннотация с заголовком «Ни Европа, ни Азия», который тоже был представлен как шрифтовой арт-объект, развернутый на воротах расположенного во дворе гаража (см. рис. 10).

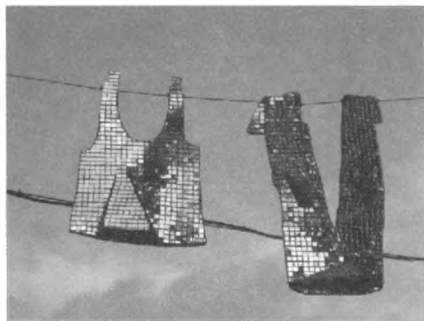


Рис. 10.
«Ни Европа,
ни Азия».
Фрагмент
инсталляции
арт-группы
«Куда бегут собаки».
Фото А. Сергеева

«Ни Европа, ни Азия» — спонтанное проявление истории и мифологии в исторически стертом месте со смутными следами разных эпох. Это перспективный опыт формирования истории места при помощи сенсационных художественных объектов.

Внедрение актуального искусства в урбанистические пространства создает выразительный средовой контраст и одновременно налаживает коммуникацию горожан между собой, различными сообществами, с властью и деловыми кругами. Паблик-арт меняет масштаб и качество взаимодействия с историческим и культурным наследием, дает возможность человеческого контакта, приватного переживания истории.

Сегодняшним городским пространствам и событиям локальной истории должны соответствовать актуальные и сомасштабные образы, закрепляющие и репрезентирующие новые ценности и новое понимание человека и общества, направленные в первую очередь на тех, кто живет в этом городе здесь и сейчас.

Анна Марковна ГОР

Искусствовед, член Международной
ассоциации художественных
критиков (AICA), директор
Нижегородского филиала
Государственного центра
современного искусства
(Нижний Новгород)

> АКТУАЛЬНОЕ ИСКУССТВО В ПРОВИНЦИИ: СМЕШАТЬ, НО НЕ ВЗБАЛТЫВАТЬ >

мемуарно-аналитические
записки

Как бы скептически мы ни относились к требованиям провинциального общественного вкуса, нельзя демонстрировать неуважение к нему. Ничто не может быть показано ради эпатажа. Каждое кураторское действие должно быть обосновано логикой «прироста информации», образования публики и постепенного, шаг за шагом, освоения новых художественных языков.

Заканчивается второе десятилетие полноценного и полноправного, то есть признанного в родном государстве и на международной сцене, институционально обеспеченного существования российского contemporary art — той части современного искусства, которое принято называть актуальным. Оно прошло большой путь от советского андеграунда до коммерчески успешного и модного продукта. Но и тогда, и сейчас российское актуальное искусство продолжает оставаться элитарным, имея ничтожно малую аудиторию — несколько тысяч человек в пределах Садового кольца и примерно столько же во всей остальной России. В Москве все в относительном порядке: уровень ее обеспеченности необходимой инфраструктурой для актуального искусства вполне удовлетворителен. Есть несколько известных в мире галерей-лидеров, еще десятка полтора — действующих на очень приличном уровне, государственное федеральное учреждение (ГЦСИ), городской специализированный музей (ММСИ), имеющий несколько выставочных пространств. Бурно развиваются частные «открытые площадки» — «Винзавод», «Фабрика», «Гараж» и т. п. Несколько хуже обстоят дела с образованием: все «старое» по-старому же и учит, а новое имеет пока несколько самостоятельный характер. Впрочем, это тема отдельного разговора, нас же пока интересуют не столько художники, сколько зрители. Точнее, зачем, кому и — главное — где, кроме Москвы, нужно в нашей стране актуальное искусство. Некоторые ответы на эти вопросы нам удалось получить в течение непростых семнадцати лет, связанных с прививанием contemporary art в отдельно взятом регионе. Каждый описанный здесь факт может быть рассмотрен и как определенный культурный жест, а в этом своем качестве он уже поддается анализу. Поэтому рассказ было бы справедливо разделить на две части — одна будет представлять последовательность наших действий, вторая — их мотивацию и долгосрочные результаты.

Так получилось (и вовсе не случайно), что в начале 1990-х мы с моей коллегой Любовью Сапрыкиной (1957 — 2005 гг.) взяли на себя ответственность за появление

актуального искусства в Нижнем Новгороде. Мы стартовали в сентябре 1992 года выставкой «Другое поколение. Нижегородские живописцы всех направлений», которая открылась в залах Нижегородского художественного музея, где я тогда работала. До этого в течение лета мы объехали более ста мастерских нижегородских художников, о которых знали как о нарушителях стандартов, задаваемых официальным искусством. Среди них были некоторые члены СХ, были молодые и старые неформалы, наивные художники, самодеятельные и т. п. Из всего виденного мы отобрали тридцать авторов с индивидуальным, узнаваемым творческим почерком, работы которых и составили выставку. Нужно сказать, что, не зная тогда слова «куратор», мы сделали абсолютно кураторский проект. Он был основан на строго определенной концепции, которая подразумевала, во-первых, резкую полемику с «союзхудожнической» унификацией всевозможными, в первую очередь экспозиционными средствами. А во-вторых, каталогизацию живых художественных ресурсов в регионе. Был и пункт «в-третьих» — выставка была частью новорожденного Сахаровского фестиваля искусств, имевшего подзаголовок «Русское искусство и мир». Нам очень хотелось продвинуть нижегородских авторов «в мир». Беда была в том, что мы, дипломированные искусствоведы с приличным профессиональным опытом, сами в этом «миру» не бывали и понятие о современном искусстве имели смутное.

К этому же периоду относится наше институциональное определение — сначала как галереи «Кариатида», затем, по мере убежденности в собственной коммерческой несостоятельности, а главное, в гораздо большей актуальности стоящих перед нами непрофитных задач — общественной организации «Центр современной культуры «Кариатида».

«Культурное отставание России», всякое упоминание о котором так раздражает ура-патриотов, конечно, имело место не только на рубеже XVII и XVIII веков. Могучим тормозом в этом смысле была советская власть, сначала сгубившая великий русский авангард, а затем перекрывшая информационные каналы с мировой культурой

более чем на полвека. Естественно, несколько поколений специалистов, не говоря уже о широкой публике, не представляли себе путей развития искусства в XX веке, или, что еще одиозней, узнавали имена и направления из книжек типа «Кризиса безобразия». Поэтому в большинстве российских региональных центров просто не могло быть ни авторов, ни кураторов, которые действовали бы в стратегиях, аналогичных общемировым. Небольшой круг авторов-москвичей, многие из которых эмигрировали, и единичные примеры в регионах только подтверждают правило. Поэтому то, что два провинциальных куратора решили в начале практики в области современного искусства выявить региональный андеграунд, представляется даже сейчас, по прошествии времени, единственно возможной стратегией. Выставка «Другое поколение», над названием которой, кстати, пришлось много думать, заставила художников почувствовать себя именно генерацией, объединила, внушила веру в собственные силы и в возможности места. Нижний Новгород тогда только что пережил «топонимическую реанимацию», превратившись из закрытого Горького в открытый и приветливый «новый город» с молодым и энергичным губернатором-демократом во главе. Романтика «эпохи Немцова» вообще мобилизовала в городе много профессионалов, готовых думать о будущем.

Однако из всех участников описываемой выставки только один, да и то не сразу, пришел в итоге к актуальным практикам. Для большинства эта экспозиция оказалась едва ли не самой высокой вершиной, пиком признания и, как ни печально, потолком развития. В тот период даже кураторы, не говоря о художниках, к сожалению, искренне считали свои опыты имеющими отношение к современному искусству, а разницу между современным и актуальным понимали слабо.

Однако необходимо иметь в виду, что даже в настоящее время, по прошествии полутора десятков лет, в региональных кругах ситуация продолжает оставаться точно такой же.

Следующее по времени дело, которое наметили себе наши героини, развивало успех предыдущего, но значительно расширяло их географические претензии. Проект

«Другое поколение-2», поддержанный банком «Нижегородец», должен был выявить аналогичный пласт авторов, но только уже на значительном отрезке волжского пути, от Ярославля до Саратова, с тем чтобы познакомить с ними не только Нижний, но и Москву. Более полугода заняли отборочные поездки по городам. В каждом из них оказалось от двух до пяти авторов, чьи творческие установки были аналогичны нижегородскому «другому поколению». Встречались темпераментные живописцы, стилистически близкие «левому МОСХу», этнофутуристы, поэтические экспрессионисты. Все это легко укладывалось в модернистское эпигонство, но к актуальным практикам отношения не имело. Глаза на это нам раскрыл Леонид Бажанов, посетивший вернисаж в ЦДХ. В ту пору, летом 1993 года, Бажанов как раз только был приглашен на работу в министерство культуры, создал Центр современного искусства на Якиманке, задумывал организацию ГЦСИ. Он оценил исследовательскую работу кураторов, но и заронил зерна сомнения в правильности предпринимаемых усилий.

Выход на Поволжье знаменовал один из главных векторов деятельности — культурно-политический. Изначально предполагалось, что исследование и инспирирование художественных процессов в одном отдельно взятом городе грешит узостью и провинциальностью. Широта амбиций мыслилась как необходимая составляющая профессионального и объективного подхода. Поскольку件 известно, что московская ситуация — это одно, а региональная — другое, было решено региональную изучить в сомасштабных соседних городах, где действуют аналогичные закономерности. И эти закономерности не замедлили обозначиться: отсутствие информации, причем не только о международной, но и о московской практике, а главное, почти полное отсутствие к ней интереса. Эти не сообщающиеся сосуды сформировали два разных подхода — ищущий интеграции с мировой практикой (московский) и замкнутый, самодостаточный (провинциальный). В сущности, схема действует и по сей день. Московские авторы contemporary art ищут прежде всего институционального признания, попадания в профессиональные рейтинги,

авторы из провинции — лишь коммерческого успеха, не придавая значения простым взаимосвязям между одним и другим.

Следом за Леонидом Бажановым в развитии «кариатид» важнейшую роль сыграла первый директор московского представительства Немецкого культурного центра им. Гете Катинка Дитрих ван Веринг. Оказавшись в Нижнем Новгороде и увидев выставку «Другое поколение-2», она проницательно поняла, в чем состоял самый большой дефицит у кураторов. Последовало приглашение в Германию, беспрецедентное со стороны Гете-института. Вдвоем мы объехали в течение трех недель 12 крупнейших городов страны и ее лучшие музеи современного искусства. Наши взгляды претерпели революцию. Стало понятно, в чем принципиальная разница между модернизмом и постмодернизмом, как структурирован мир актуального искусства, что собою представляют современные механизмы взаимодействия искусства и общества и т.д., и т.п. После этой поездки нами было принято стратегическое решение, не потерявшее актуальности по сию пору. Мы определили свою профессиональную миссию как создание условий для доступа к тому искусству, которое практически неизвестно в российских регионах. Искусства актуального, contemporary art. Одним из первых действий на этом пути было проведение осенью 1995 года российско-немецкой конференции по проблемам взаимодействия столичной и провинциальной культуры, которая сопровождалась выставкой современной тиражной графики из частного собрания Юргена Вайхардта (Ольденбург), которую мы начали с ним обсуждать еще во время путешествия по Германии. В этой коллекции были такие крупные имена, как Бойс, Базелиц, Кифер, Христо, представлены почти все важнейшие направления послевоенного искусства. Для нас такой срез носил принципиальный характер, а задача выставки определялась ее названием — «Конспект». Так, впервые в Нижнем Новгороде, в маленьком зале Дома архитектора площадью сто квадратных метров, переделанном нами из бывшей бильярдной, оказались работы важнейших для понимания современного искусства европейских авторов.

Важнейшее, на наш взгляд, условие успешной культурной политики было соблюдено: иметь дело только с образцами первостепенного качества. Нам в ту пору (да и сейчас), естественно, недоступны для показа подлинные объекты Бойса, картины Базелица или Кифера. Но их шелкографии или монотипии, несущие все своеобразие почерка, особенности образной структуры и пластики, давали не только представление об авторе, но и вводили в общие контексты художественного языка искусства нового поколения. Кроме того, мы получили опыт организации международной выставки, от начала до конца придуманной совместно с партнером. Кстати, вся эта экспозиция была потом показана в Пермской государственной картинной галерее и целиком подарена ей. Мы, к сожалению, тогда не имели ни музейного статуса, ни условий для принятия подобного дара. Но то, что наша совместная деятельность с Юргеном Вайхардтом и его русской женой, художницей Евгенией Горчаковой, принесла такие разнообразные плоды, нас очень радовало.

Мы понимали, что обзаведение выставочным пространством, пусть камерным, но публичным, есть необходимое условие для той культуртрегерской деятельности, которая начала складываться. Дом архитектора был одной из немногих относительно открытых городских площадок. До сих пор выставочные залы — одно из самых дефицитных мест в российских провинциальных городах. Как правило, есть небольшой, но все-таки выбор среди театральных и концертных залов, а вот выставки проводить решительно негде. Почему-то считается возможным использовать для них малоприспособленные пространства холлов, коридоров, фойе и прочих рекреаций. Процесс замкнутый: в плохом пространстве не может находиться серьезная и ценная выставка, а если таковая появляется, ее просто негде показать... Итак, правление Союза архитекторов пошло нам навстречу: сдало в аренду и разрешило приспособить для выставок квадратное в плане пространство, где еще долгое время стоял бильярдный стол. Он сослужил определенную службу современному искусству: на нем в свое время спали великие Олег Кулик и Дмитрий Гутов, раскладывались знаменитые

карточки Рубинштейна, экспонировались «книги художника», монтировались работы Куприянова и Макаревича. Именно «бильярдная у кариатид» стала первым адресом актуального искусства в Нижнем Новгороде. Вокруг ежемесячно сменяемых выставок сложился небольшой, но постоянный круг — до полусотни приглашенных на вернисаж, от 500 до 1000 посетителей.

Социальный состав этой первоначальной публики был предсказуем: друзья и друзья друзей, круг спонсоров — банкиры и бизнесмены, а также их жены (некоторые остались в «постоянных посетителях» до сих пор), некоторые из круга художников «другого поколения» (те, кто не обиделся на «измену» им с Бойсом и Куликом). Но мы понимали, что необходимо начинать процесс формирования другой, специальной аудитории, обладающей особыми, «транслирующими» свойствами. Это круг профессиональных журналистов, преподавателей вузов, лидеров общественного мнения. Стратегия себя полностью оправдала: все, кто до настоящего времени не сошли со своей профессиональной сцены, не покинули и нашу. Ставка была на персональный контакт, информационную помощь, личную включенность. И за каждым таким «вернисажным» зрителем появлялись десятки других. Тщательность и кропотливость в выстраивании списка приглашенных не подразумевали, однако, его тотальность: далеко не все городские авторитеты (в традиционном значении этого слова) были лояльными по отношению к актуальному искусству, их мнение могло быть потенциально опасным, поэтому мы старались соблюдать дистанцию. И по сию пору это правило работает: у актуального искусства своя публика, которую не стоит пытаться расширить за счет традиционалистски настроенной части сообщества. Главное — подчеркивать: мы за свободу выбора, свободу доступа и наши усилия призваны обеспечивать полноту спектра.

В 1995 году началась подготовка к столетию знаменитой Всероссийской художественно-промышленной выставки 1896 года в Нижнем Новгороде — той самой, на которой великий инженер Шухов представил первую гиперболоидную башню, Савва Мамонтов сделал альтернативный

официальному Художественный павильон, Константин Коровин оформил павильон «Русский Север», показал «Принцессу Грезу» Врубель. Мы увидели в этом исторический шанс: необходимо сделать такой же альтернативный жест, показать в отдельном павильоне достижения наиновейшего искусства и новых технологий. Поскольку было понятно, что павильоны ВАО «Нижегородская ярмарка» под это дело не отдадут, мы стали пробивать идею устройства такого павильона в нижегородском кремле, где для этого больше всего подходило здание Арсенала. Эта идея не показалась такой уж безумной председателю Оргкомитета, тогдашнему полномочному представителю президента по Нижегородской области Евгению Крестьянину. Арсенал принадлежал министерству обороны и использовался по назначению. Крестьянинов сумел внести строчку о передаче Арсенала для художественных целей в соответствующее постановление правительства за подписью премьер-министра А. Чубайса, век которого в этой должности был, как известно, недолог, и вопрос спустили на тормозах. Мы же с тех пор так полюбили это здание, что убеждали всех вокруг — лучшей территории для современного искусства в Нижнем Новгороде просто быть не может. Длилась эта история вплоть до весны 2003 года, когда после наших многочисленных хлопот, помощи мощных союзников и сложившегося общественного мнения Арсенал «был взят». Но об этом — чуть позже.

Пока же, в августе 1996 года, во время большого всероссийского форума, посвященного столетию Всероссийской художественно-промышленной выставки, на добытых с большим трудом ста метрах нового павильона Нижегородской ярмарки, среди достижений промышленности и сельского хозяйства мы устроили художественную выставку «Инверсия». Выполненные в новых (или просто непривычных для искусства) технологиях работы Гора Чахала, Владимира Куприянова, Александра Пономарева, Франсиско Инфанте ввергли в ступор многих нижегородских чиновников. Мало кто из них (в отличие от рядовых зрителей) понимал, зачем к науке и технике примазывается нечто, ни тем, ни другим не являющееся. А чем является — тоже

непонятно: подобного искусства нижегородский зритель не видел никогда. Ситуацию спасали уже упоминавшийся Евгений Крестьянинов и губернатор Борис Немцов: они, не сильно вникая в нюансы, все-таки проявляли лояльность и демонстрировали широту взглядов. Это нравилось не всем. Поэтому, когда приехавшие на эту выставку по нашему приглашению руководители ГЦСИ Леонид Бажанов и Михаил Миндлин предложили руководству департамента культуры открыть в Нижнем филиал, ответ был: «Время еще не пришло». Но мы с московскими коллегами решили, что, наоборот, пришло, и с этого момента стали создавать на базе «Кариатиды» филиал ГЦСИ. В Москве заручились согласием министра культуры, и, без малого через год, 17 июля 1997 года, был подписан приказ о создании Нижегородского филиала. Началась новая страница институционального строительства.

В течение 1995 – 96 годов в находившемся в нашем распоряжении зале Дома архитектора (бильярдной) мы пытались выстроить определенную выставочную политику, что было, прямо скажем, нелегко. Требовалось обеспечить немалую по тем временам аренду, найти средства на устройство выставки – транспортировку (поскольку мы принципиально работали только с привозным материалом), монтаж, приглашения и вернисажное угощение. А еще хотелось позвать к себе авторов (это удавалось далеко не всегда) и тех, кто нам бескорыстно помогал в Москве. И в первую очередь галеристов Марата Гельмана и Елену Селину. В этот период они часто давали нам материалы со своих выставок сразу после их закрытия в Москве, чем мы очень гордились: нижегородский зритель практически сравнился со столичным в доступе к новейшему искусству. Иногда даже критические статьи об этих выставках в газете «Сегодня», где был лучший (думаю, до сих пор непревзойденный) отдел искусства, поспедали именно к нижегородскому вернисажу. Тогда у нас были показаны знаменитые проекты Макаревича-Елагиной, «Деньги» Парфенова и Китаевой, «Митвытрезвитель» и «Водкопровод», «Музей женщины» Антошиной и многое другое.

Фактор времени в деле «прививания» актуального искусства в регионах играет весьма существенную роль.

Хочется иметь дело со свежим, «тепленьким» искусством, но ведь оно не сделано специально для данного города и данного места. Это естественно: чтобы заказывать работу известному автору под специальное, уникальное пространство, нужны немалые ресурсы и имидж, подкрепленный временем. Такое появляется не сразу. Поэтому был выбран иной ход — опереться на авторитет друзей, показывая авторские проекты, сделанные для ведущих московских галерей. К тому же через интеграцию со столичными институциями мы укрепляли свою репутацию на московской художественной сцене.

Первым проектом, от начала до конца сделанным для нашего обновленного центра — Нижегородского филиала ГПСИ, стал проект романтика Владимира Куприянова «Возвращение времени. Опыт понимания старой фотографии». Известного московского автора мы залучили в Нижний, поскольку именно здесь он мог работать в архивах с великим наследием старой русской фотографии нижегородцев Карелина и Дмитриева. Аппropriируя их знаменитые снимки, Куприянов инсталлировал фотографию в пространстве, насыщал ее объемом и преломленным светом, меняя масштабы и извлекая новые смыслы. Этим проектом мы дебютировали как новая организация. Проект для дебюта был выбран очень тщательно: это не должен быть резкий эксперимент, невиданная прежде практика, острая социальная критика и т. п. Крайне важным представлялось подчеркнуть органическую связь с местом, сделать высказывание москвича на местном материале. Стилистика Куприянова для этого подошла идеально. Правда, многие московские коллеги не почувствовали наших специфических задач и проект Куприянова показался им достаточно «беззубым». Сейчас, по прошествии времени, становятся более понятны их ожидания — в тот момент в искусстве были приняты лихие и шокирующие высказывания. Нам же как раз они были категорически противопоказаны: мы и так имели репутацию «кариатид-авангардисток». Начинать новый этап деятельности необходимо было с проявления уважения к местному наследию и в то же время с демонстрации универсальных возможностей нового искусства.

Один из самых опытных и резких кураторов современного искусства в России Андрей Ерофеев дважды давал нам повод для полемики, показывая в Нижнем свои фундаментальные проекты — «Историю в лицах» в 1998 году и «Безумного двойника» в 2000-м. Блестящая коллекция, собранная Ерофеевым, лежала в основе и первой, и второй экспозиции. При этом в «Безумном двойнике» участвовали также работы ведущих современных художников Франции, чья стратегия «художник как идиот» оказалась близка их русским коллегам. Придерживаясь мнения, что современное искусство есть инструмент общественного будирования социальных проблем (что верно) и действовать должно преимущественно в качестве раздражителя (что спорно), Ерофеев ставил перед своими выставками просветительские задачи. В этом мыс ним совпадали. Но в тактике решительно расходились. Ерофеев, мастер художественной провокации, считал, что завоевывать новую аудиторию необходимо решительно, показывая максимально радикальные работы, ввергая зрителя в шок. По принципу: кто выживет — тот будет наш. Мы же, наоборот, считали, что актуальное искусство — сильнодействующее средство, которое может «убить» потенциального зрителя, если не рассчитать дозировку. Уж если продолжать фармакологическое сравнение, мы всегда стараемся действовать «гомеопатически».

Это не значит, что нужно совсем отказаться от демонстрации радикальных опытов, тем более что критерии не только для всех разные, но и постоянно меняются. Здесь скорее приходится полагаться на профессиональную интуицию, руководствуясь несколькими простыми правилами.

Первое правило: каждая территория имеет свои законы, с которыми приходится считаться. То, что мы могли себе позволить показывать в «бильярдной», не всегда стоило экспонировать на «чужой» территории областного Выставочного зала. Правило второе: ничего не оставлять без объяснений. Максимальное количество аннотаций, комментариев специально подготовленных волонтеров, возможность познакомиться с литературой о представленных произведениях и их авторах. Забегая вперед, скажу, что

сейчас мы практикуем при каждой экспозиции специальный информационный центр, который пользуется большим спросом. И наконец, третье правило: как бы скептически мы ни относились к требованиям провинциального общественного вкуса, нельзя демонстрировать неуважение к нему. Ничто не может быть показано ради эпатажа. Каждое кураторское действие должно быть обосновано логикой «прироста информации», образования публики и постепенного, шаг за шагом, освоения новых художественных языков.

Между тем качественные и масштабные выставки Ерофеева, продвижением одной из которых мы занимались вместе с куратором в Самаре и Екатеринбурге, сыграли очень важную роль: они дали ясное представление о том, как меняет качество городского зрителя планомерная деятельность. В Нижнем Новгороде никаких конфликтов, в сущности, не было, лишь легкие трения с чиновниками от культуры. Тогда как в Самаре члены Союза художников стояли в пикете, а в Екатеринбурге пытались помешать открытию выставки. К счастью, за прошедшее после выставки десятилетие в этих городах современное искусство развилось даже, возможно, в большей степени, чем в Нижнем. Там появились собственные авторы, заметные на общероссийской сцене.

Кстати, это отдельная и достаточно сложная тема: до какой степени региональная институция ответственна за появление местного круга актуальных авторов. Про наш город еще в советское время говорили, что он «не пластичский». Скромный андеграунд, не имевший механизмов воспроизводства, крайне консервативное художественное училище, отсутствие высшего художественного учебного заведения — все это не способствовало появлению новых авторов. Поэтому, когда в результате у трех нижегородцев — Евгения Стрелкова и группы «ПРОВМЫЗА» (Галина Мызникова и Сергей Проворов) появились амбиции, связанные с актуальными опытами, мы стали их охотно поддерживать. В результате Стрелков является на сегодняшний день одним из самых опытных и известных в стране региональных медиахудожников, а также куратором и издателем. А группа «ПРОВМЫЗА» вообще сделала звездную карьеру.

В 2005 году, когда куратором российского павильона на Венецианской биеннале была Любовь Сапрыкина, она показала там их инсталляцию «IDIOT WIND». А многочисленные работы в области видео, балансирующие на грани экспериментального кино, завоевали множество наград на международных фестивалях, в том числе в январе этого года — престижнейший приз кинофестиваля в Роттердаме. Так что немногочисленность наших художников искупается их высоким рейтингом.

Так стоит ли тратить силы на продвижение местных авторов, то есть в некотором смысле присваивать себе функции галереи? Как обеспечить чистоту стратегических установок, если уж решено, что мы направляем поток центристстремительно, а не центробежно? Можно предположить, что достаточное насыщение информационного поля повлечет за собой некую кристаллизацию творческого опыта и художники появятся «сами собой». Мы некоторое время придерживались такой позиции, но затем вынуждены были ее пересмотреть. В условиях неполноценной инфраструктуры, когда Центр современного искусства является одновременно выставочной, образовательно-просветительской, информационной, а возможно, еще и музейной институцией, поддержка местных авторов, если они действительно работают в актуальных практиках, обязательна. Даже более того: это движение необходимо инспирировать. Поэтому в 2008 году нам пришлось создать «Студию молодого художника». Ее первыми слушателями оказались наши самые лучшие молодые зрители.

Но вернемся к истории. Решительным переломом можно считать 2003 год, когда здание Арсенала в Нижегородском кремле было официально передано нам на правах оперативного управления. Масштаб деятельности решительно изменился. Выбрав в полуразрушенном здании, не имевшем никаких коммуникаций, наиболее крепкую часть площадью около пятисот квадратных метров, мы стали делать там летние выставочные программы. За «четыре лета» мы показали в Арсенале 20 полноценных экспозиций, представлявших современное зарубежное и российское искусство, работы, сделанные специально для нас в рамках

конкурса «Арсенале», музейные выставки и персональные проекты.

Это оказалось возможным при поддержке Фонда Форда, который, кстати, вот уже восьмой год является нашим ангелом-хранителем. Получение значительных институциональных грантов позволяет действовать на равных с международными партнерами, обеспечивать относительно достойный уровень оплаты сотрудников, вести собственное телевизионное производство и издательскую деятельность.

Не все проходило гладко: самая первая выставка «Проекция» стала причиной крупного «наезда» со стороны православной нижегородской общественности. Выставка, кстати, была чрезвычайно изящная и скромная, придаться на ней было не к чему — реакцию вызвал сам факт передачи Арсенала современному искусству. Даже более того, искусство было лишь предлогом, главным мотивом, как выяснилось позже, оказалась все-таки недвижимость. Нижегородские деятели были раздражены тем фактом, что четыре тысячи квадратных метров в кремле, доведенных до состояния руин и никого не интересовавших, вдруг отдают под какое-то безобразие. В коллективном письме были упомянуты и Авдей Тер-Оганьян, который (к сожалению!) никогда у нас не выставлялся, и стоявший близко к Арсеналу Спасо-Преображенский собор (взорванный в 1930-е годы). По материалам и в поддержку письма, адресованного президенту России (не меньше!), была написана статья в одной из местных бульварных газет. К Арсеналу пришел пикет движения «Наши». Ответом на эти действия стали 23 публикации в различных местных и центральных изданиях, которые приветствовали новые возможности для современного искусства в Нижнем Новгороде. «Наших» из кремля просто вывела милиция.

С 2007 года в Арсенале начались масштабные ремонтно-реставрационные работы. От летних сезонов пришлось временно отказаться. Взамен мы придумали три программы, в каждой из которых принципиально сохранилось слово «арсенал»: «Арсенал художника», «Музейный Арсенал», «Арсенал видео». Это соответствует событийному

спектру деятельности, временно перенесенному на партнерские площадки: персональные выставки известных международных и российских авторов, выставки современного искусства из музейных коллекций и ежемесячные сеансы-показы видеоарта — наиболее популярного у нашей аудитории жанра современного искусства. Соответственно, реализуются эти программы в областном Выставочном зале, Нижегородском государственном художественном музее, киноцентре «Рекорд».

Организуя выставки не на своей площадке, мы, признаться, теряем часть публики. Если экспозиции в Арсенале привлекали ежемесячно от пяти до семи тысяч человек, то в музей или выставочный зал редко приходит более полутора тысяч. Объясняется это несколькими причинами. Во-первых, все экспозиции в Арсенале принципиально бесплатны, а это очень привлекает широкую тинейджерскую аудиторию. Во-вторых, в Арсенале мы можем позволить себе иные, более удобные публике, часы работы — например, с 12 до 20 часов, что важно для работающей публики. И наконец, в Арсенале мы старательно создаем дух приветливости: например, пологий пандус был оценен не только людьми в инвалидных колясках (их пока на выставках не так уж много), но и молодыми родителями с крошками в колясках. Для Нижнего это пока единственный выставочный опыт, адресованный подобной аудитории.

Институция, профиль деятельности которой — актуальное искусство, по определению основана на современных принципах менеджмента в сфере культуры. Очень часто именно это, а даже не специфика предмета, обеспечивает ей особое место среди региональных учреждений культуры. Для сотрудников такого учреждения характерен динамизм, широкая информированность, открытость и контактность, навыки фандрейзинга. К сожалению, традиционные учреждения, особенно музеи и выставочные залы, не привыкли к энергичному темпу. Вовлекая в партнерство другие организации (поначалу не от хорошей жизни), «актуальщики» могут стать своеобразным ресурсным центром, аккумулировать управленческий опыт нового типа, инициировать общегородские проекты.

В настоящий момент мы заняты тремя важнейшими вещами: ремонтно-реставрационными работами в Арсенале (попросту — стройкой со всеми вытекающими последствиями), текущей деятельностью, включающей пять-шесть выставок в год (проекты паблик-арта, Студия молодого художника, несколько циклов публичных лекций, производство телепередач, видео-архивирование важнейших российских и международных художественных событий и т. д., и т. п. (подробности на www.art.nnov.ru), и наконец, подготовкой к запуску первой очереди здания Арсенала, созданием проектного портфеля на ближайшие несколько лет. Этого очень ждет молодой нижегородский зритель, для которого современное искусство уже не непонятная «заморская» затея, а насущная необходимость. Девиз «Современному человеку — современное искусство» оказался понят и принят зрителем. Именно это позволяет нам чувствовать себя устойчиво и независимо.

Исходя из нашего опыта, в культуртрегерской деятельности по расширению территорий актуального искусства вполне подходит рецепт Джеймса Бонда: «предмет» нужно довести до наиболее органичного принятия публикой, «смешать», но ни в коем случае не шокировать, не эпатировать, не раздражать — «не взбалтывать». Только тогда реально изменится вкус коктейля региональной культуры.

**Александр Дмитриевич
БОРОННИКОВ**

Кандидат философских наук,
доцент кафедры социологии
и политологии ПГТУ (Пермь)

**Вероника Борисовна
ВАЙСМАН**

Заместитель министра культуры
и массовых коммуникаций
Пермского края (Пермь)

> КУЛЬТУРА ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ... >

Привлечение в город креативных социальных групп и превращение города в магнит для таких людей — цель городской культурной политики, рассчитанной на перспективу. Город, выигрывающий конкурентную борьбу за людей, становится городом, из которого не уезжают. Напротив, в него приезжают и в нем хотят жить.

В социальном пространстве любой страны между регионами, городами идёт конкурентная борьба за привлечение людей, обладающих экономической, хозяйственной, финансовой, трудовой, интеллектуальной привлекательностью. Другими словами, обладающими значительным человеческим капиталом. Капиталом, способным приумножать совокупное богатство города. По нашему мнению, такие люди представлены в различных социальных группах. Они есть среди предпринимателей, топ-менеджеров, молодых менеджеров, рабочих, специалистов, государственных чиновников, студентов. Особое место в формировании совокупного социального капитала города занимают высококвалифицированные специалисты, работники, обладающие предпринимательскими чертами использования своих профессиональных знаний, умений. Ряд исследователей называет их «золотыми воротничками» для того, чтобы отличить их от высококвалифицированных работников традиционной промышленности, получивших название «синие воротнички», ориентированных на простое воспроизводство в рамках машинной индустрии.

С позиций формирования новой социокультурной ауры города Перми особый интерес вызывают три группы. Их локализация в социальной структуре городов еще нуждается в исследовании и уточнении. Одно не вызывает споров: эти группы присутствуют в современных городах. Более того, привлекают к себе внимание своей социальной и экономической ролью, которую они играют в современных городских сообществах. Речь идет, в первую очередь, о верхушке креативного класса, людях, играющих ключевую роль в современном бизнесе и управлении. Это люди, принимающие решения, способные изменять ситуации в финансах, в отраслевом бизнесе, на тех или иных рынках. Люди, обладающие видением, способные за деталями увидеть панораму происходящего и сконструировать решения, достойные воплощения, открывающие новые возможности для бизнеса и общества. Менее всего следовало бы сводить эту группу ко всем руководителям бизнес-структур. Мы выделяем тех, кто мыслит широко и продуктивно, кто способен смотреть

дальше, за горизонт сегодняшних событий. Такие люди способны сыграть важнейшую роль в городском сообществе, став центром притяжения для всех ищущих, творческих и креативных горожан, людей, наделенных талантом, энергией и воображением.

Не совсем привычное название «золотые воротнички» позволяет выделить вторую группу горожан. Высококвалифицированные рабочие, мастера своего дела, профессионалы, уверенные в себе, в своих способностях, ориентированные на преобразование предметной среды. Способность гибко приспосабливаться к потребностям рынка труда повышает их шансы на успех в городском экономическом и социальном пространствах. Такие люди способны воплотить в практику самые смелые, самые креативные решения.

Третьей группой горожан, способной обеспечить экономический расцвет городу в случае их привлечения, следует считать молодых и амбициозных менеджеров. Людей, которых слегка иронично называют «яппи». В нашем случае этот термин приводится для обозначения социальной группы молодых профессиональных управленцев, менеджеров, руководителей. Достаточно молодых, чтобы не знать, не иметь советского опыта управления, но достаточно опытных, чтобы иметь опыт управленческой деятельности в условиях современного бизнеса. Приступая к обсуждению социокультурного пространства Перми, мы хотим пояснить исходные оценки актуальной социокультурной ситуации в городе. Прежде всего отмечается сильный профессиональный состав деятелей культуры, насыщенность городской жизни значительными культурными событиями и создание ярких, самобытных культурных направлений и проектов. Однако в сложившейся системе культурной политики наблюдается ряд моментов, которые серьезно ее ослабляют. А именно речь идет о такой тенденции, как коммерциализация культуры. С одной стороны, коммерциализация связана с демократизацией культурного процесса и является неизбежным следствием того, что культура перестала быть делом элитных групп. В индустриальную эпоху появилась возможность технического воспроизведения любого артефакта, его

тиражирование и транслирование через расстояния¹. С другой стороны, коммерциализация приводит к тому, что устанавливаются организационные, транспортные, финансовые и другие пороги в культурном пространстве города, которые препятствуют качественному культурному потреблению. В поисках выхода культурное производство расширяется в сторону массового потребления, ориентируясь на изготовление культурного «фаст-фуда». Существует опасность разрастания этого явления и заполнения им большей части содержания культурной жизни города. Такая ситуация чревата усилением черт провинциальности и соответственным снижением уровня привлекательности и комфортности культурного пространства города. Исследования социокультурного рельефа города позволяют сделать культурные события адресными и системными, рассчитанными на конкретные интересы и запросы конкретных целевых групп. Адресное удовлетворение интересов позволит представителям различных социокультурных групп найти свое место в культурном пространстве города, удовлетворить свои запросы. И напротив, производители культурно-досуговых услуг получают ориентиры для разработки системных и адресных культурных мероприятий. В конечном счете это позволит повысить эффективность культурной политики.

Привлечение в город этих социальных групп, превращение города в магнит для таких людей — цель городской культурной политики, рассчитанная на перспективу.

Город, выигрывающий конкурентную борьбу за людей, становится городом, из которого не уезжают. Напротив, в него приезжают и в нем хотят жить. Наиболее прямолинейным, функциональным решением будет провозглашение социальной политики по созданию комфортной городской среды, облагороженной развитыми городскими коммуникациями, насыщенной разнообразными социокультурными практиками, формами досуга. Расчет при этом строится на функциональной зависимости между объемом наших

> 1. Беньямин В. *Произведение искусства в эпоху его воспроизводимости*. М., 1996.

усилий (рационально выстроенных, расчисленных, пунктуально воплощенных) и предполагаемым результатом: облагороженной, расчисленной, по лекалам искусствоведов, гуманитариев, социологов, психологов и гуманистов-планировщиков, архитекторов выстроенной городской социокультурной среде. Примеры таких решений — города Бразилиа (Бразилия), Чандигарх (Индия), Набережные Челны (Российская Федерация). Эти города — порождение модернизационного пафоса политиков и воплощение архитектурных фантазий Ле Корбюзье. «...В современном городе должна господствовать прямая линия. Жилые дома, водопроводные и канализационные линии, шоссе, тротуары — все должно строиться по прямой. Прямая линия оздоравливает город. Кривая несет ему разорение, всякого рода опасности и осложнения, парализует жизнь... Кривая улица есть результат прихоти, нерадения, беспечности, лени, животного начала. Прямая улица — результат напряжения, деятельности, инициативы, самоконтроля. Она полна разума и благородства. Город — это место жизни и напряженной работы. Народы, общества, города, склонные к беспечности, небрежению, подверженные лени и праздности, быстро сходят со сцены. Их побеждают и ассимилируют другие народы, более деятельные и организованные...»². По зрелому размышлению следует признать, что города нельзя строить с нуля. Если город будут сочинять архитекторы, рассматривая его как машину для жилья, то у них получатся слишком большие дома, слишком широкие улицы, слишком функциональные маршруты городского транспорта. Город будет сочиняться и строиться, как промпредприятие — все очень функционально, разумно, рационально. Когда строили Набережные Челны, то позаботились об удобствах рабочих «КамАЗа», пустили трамвай от городского спального района до цехов завода. Быстро, удобно, функционально: трамвай 40 минут идет по прямой. Но никто не подумал о том, что эти 40 минут пассажир едет вдоль бетонного

> 2. Цит. по Дж. Скотт. *Благими намерениями государства. Почему и как проваливались проекты улучшения условий человеческой жизни.* М., 2007. С. 184-185.

забора. Каковы эмоции работника, едущего в трамвае при этом? Город следует рассматривать, если уж его конструировать, как аквариум, в котором есть все — гроты, растения, рыбки разные. Город — разнообразная культурная среда, в которой есть все. Культура — это всегда излишество. Если сравнить шиповник и розу, то мы увидим, что шиповник лаконичен, практичен, предельно функционален, тогда как роза — воплощенное излишество, избыточность, она прихотлива, в ней отсутствует минимальная утилитарная полезность. Так и вся культура есть избыток, излишество. Не надо быть вежливым, чтобы продать хлеб. Вежливость избыточна. Но без нее невозможно создать и продать хороший хлеб. При создании упомянутых сверхгородов не закладывались излишества: узкие улочки, переулки, маленькие скверики, лавочки у домов. А без них жизнь горожан становится мелкой, скучной, однообразной. Линейный подход к развитию городов не учитывает, что любой город подобен живому организму. Он обладает собственной логикой развития, если угодно, своим метаболизмом. Город, его улицы и переулки, площади и перекрестки вмещают множество функций: здесь люди встречаются, расстаются, бродят, гуляют, воруют, находят, идут в школу, на работу, на свидание, на демонстрацию... В городе люди покупают, продают, выбирают, вглядываясь в витрины, в одежду идущих навстречу. Городская жизнь имеет два основных социально-пространственных измерения: 1) площадь, стадион, проспект и 2) улицу, переулок, городской скверик с лавочками. На площади царит толпа, митинг, демонстрация. Правила пользования площадью устанавливает власть, государство.

Правила пользования городскими улочками, скверами, переулками, закоулками устанавливают люди, живущие здесь, на этих улочках. Этот аспект прекрасно обыгран в фильме «Я шагаю по Москве». Горожане живут в двух измерениях: квартиры, дворы, переулки и большие площади, вокзалы, огромные магазины. Это делает их жизнь разнообразной, насыщенной. Перемещение из одной плоскости взаимодействия в другую, с площади — в тесный и уютный мир переулка, двора позволяет человеку, горожанину быть

разным, переключаться с одного регистра социальных контактов на другой. Скажем, с торжественно-возвышенного, возникшего в момент парада, продемонстрировавшего величие и мощь государства, единение власти и народа, переключиться на близкие контакты с соседями, родственниками, друзьями, войти в «коридорную жизнь». Социальные контакты «на короткой дистанции» позволяют формировать сеть близких социальных контактов, формировать социальную сеть взаимодействий. Немаловажным обстоятельством является и то, что социальное пространство города основано на культурно-историческом наследии, приобрело с течением времени дополнительные смыслы, сложившиеся в определённую социокультурную систему. Тем самым необходимо признать, что культурно-историческое наследие города живо и влияет на нас, наши отношения друг с другом, на групповые отношения, на классовые отношения. Город, его социокультурное пространство сегментировано, как сегментировано население. Именно потому, что город развивается не поперёк того, как он был замыслен, а, напротив, в соответствии с органическим течением жизни, можно говорить о культурном зонировании. Культурно-историческое наследие следует рассматривать как ресурс развития города.

Риски города — непредсказуемость, неясность, разнообразие, многозначность. Городская среда агрессивна и недружелюбна. Это сложилось исторически и связано с тем, что городское социокультурное пространство складывалось как пространство конкуренции. И прежде всего культурной конкуренции. Больше знать, больше уметь, быть активным, мобильным, успевать раньше своих конкурентов — это лейтмотив городской жизни, жизни в городе.

Налаженные сетевые отношения дают человеку возможность более комфортно существовать в городской среде. Публичная городская жизнь складывается из двух культурных укладов:

- официального — торжественные шествия, митинги, демонстрации, принятие присяги, молебны, парады, театральные спектакли, концерты в огромных залах, спортивные матчи на стадионах и т. П. Для реализации этих публичных,

массовых социальных действий нужна большая городская площадь, огромный зал, стадионы, концертные и театральные залы. Примеры: Певческое поле, Васильевский спуск, Красная площадь, Октябрьская площадь... Там все по ранжиру, по плану, по сценарию, по регламенту... Эти сценарии и регламенты составляются, утверждаются, их жестко придерживаются. Именно это обстоятельство позволяет собираться вместе большим массам народа, переживать эмоциональный подъем либо эстетического, либо политического, либо спортивного свойства и затем расходиться, продемонстрировав свою способность к совместности, мирному общению, совместному переживанию и возникающей на этой основе культурной и социальной общности, общности городского типа.

- неофициального, человеческого — встречи, гуляния, посиделки, походы в гости, встречи в кафе, ресторанах, свидания. Там можно пить кофе, есть, смотреть на других и показывать себя. Вести «коридорную жизнь», используя улицы города как место самопрезентации, как место встреч. Это обстоятельство рождает неистощимый диапазон человеческого использования городских площадей, улиц, переулков, дворов. Город превращается его жителями в «общественную гостиную». Все формы социальных контактов, взаимодействий, происходящие в этом социокультурном пространстве, спонтанны, ситуативны, своевольны, прихотливы. Там господствуют локальные обычаи, ритуалы, причем зачастую ритуалы, уходящие своими культурными корнями в далекое прошлое, в архаику. Но это мало кого смущает. Любые парадоксы микшируются «короткой» социальной дистанцией между участниками социального взаимодействия, привычкой горожан к культурному разнообразию. С необходимостью этот аспект городской социокультурной среды нуждается в развитии системы социальных коммуникаций. На наш взгляд, развитие системы коммуникаций включает в себя:

- обеспечение поводов для общения (формирование событийного ряда, то, что называется социокультурной «повесткой дня»),

- развитие мест для общения горожан за пределами жилища,

- построение и расширение каналов вертикальной и горизонтальной коммуникации (сделать так, чтобы в городе «все слышали всех»).

Таким образом, перед нами встает следующий вопрос. Культурные запросы каких социальных групп горожан могут быть воплощены в культурной политике по обогащению социокультурной среды города? Какими социально-демографическими характеристиками обладают эти группы?

Наиболее активное поведение в сфере досуга демонстрируют те слои населения, которые располагают достаточными финансовыми и временными ресурсами. И напротив, отказываясь от активного потребления культурно-досуговых услуг, горожане в качестве основной причины называют нехватку времени и средств. Эти обстоятельства позволяют считать основной целевой группой горожан — потребителей культурных услуг слои населения с высоким уровнем материального положения (по сравнению со средним), а также группы людей, имеющих для этого достаточно свободного времени (студенты, «золотая молодежь», молодой состав специалистов среднего и высшего звена и т. д.). Кроме того, жители должны располагать хорошим состоянием здоровья и быть в возрасте от 16 до 60 лет (официальный возраст трудоспособности и, следовательно, относительной самостоятельности). Жителей такого возраста в г. Перми на 1 января 2007 г. насчитывалось 639,7 тысяч чел., т. е. 64,6 % всего населения, среди них мужчин в возрасте 16—59 лет — 313,9 тысяч чел. (31,7 %), женщин в возрасте 16—54 года — 325,8 тысяч чел. (32,9 %).

Отталкиваясь от этого, среди горожан г. Перми можно выделить следующие целевые группы в социокультурном пространстве города.

А) Целевые группы, имеющие широкие финансовые возможности:

1. Высший слой предпринимателей: мужчины и женщины в возрасте старше 30 лет, как правило, имеющие семью и детей, располагающие самостоятельными крупными источниками доходов — от 70 тысяч руб./мес., владельцы ценных бумаг, предприятий, производственных мощностей и т. д. В связи с высокой напряженностью основной трудовой деятельности и сравнительно небольшим количеством свободного времени предпочитают проводить релаксационный досуг, подразумевающий изоляцию от других людей, от шума (например спа-салоны, сауны и т. д.). Спортивные учреждения (например, стадионы, бассейны), театры и кино посещают, в силу традиций, вместе со своей семьей, детьми. Важное место в их досуге занимает загородный отдых. Кроме того, можно выделить так называемый «досуг как продолжение работы» — посещение ресторанов, баров для проведения переговоров с деловыми партнерами. В целом, направленность досуга либо деловая (частота посещений этих заведений очень высокая), либо семейная (низкая частота посещения баров и ресторанов), либо релаксационно-изоляционная (низкая частота посещения публичных мест).

2. Топ-менеджеры: доход более 70 тысяч руб./мес., работники банков, начальники цехов, служб, отделов, подразделений, директора, ведущие специалисты, конструкторы, маркетологи и т. д.; это управленческие работники добывающих отраслей, рынка финансовых услуг, крупных федеральных торговых сетей, телекоммуникационных компаний, гостиничного и туристического бизнеса, сетей развлекательных учреждений и т. д. Поскольку режим работы и финансовые возможности аналогичны предыдущей группе, то и предпочтения в досуговом поведении будут приблизительно такими же.

3. Высший слой чиновничества: от начальников отделов, руководителей департаментов городской и губернской администрации до министров краевой администрации — в среднем мужчины и женщины возрастом от 35 до 55 лет с очень высоким уровнем образования (высшее образование, несколько высших, ученая степень и т. д.). Склонны к активному культурно-интеллектуальному досугу (театры, выставки, концертные залы КДЦ, филармонии и т. д.) и к культурно-оздоровительному (бассейны, сауны, спортивные хобби, курсы обучения танцам, боевым искусствам, горнолыжному спорту и т. д.). Культурно-развлекательный досуг представлен в основном ресторанами (средняя или низкая частота посещений). Активно посещают интернет-площадки. Значительное место в досуге занимает загородный отдых.

4. «Золотые воротнички»: специалисты высокой квалификации, мастера своего дела, профессионалы, обладающие уникальными навыками, умениями, знаниями и реализующие это в своей трудовой деятельности: рабочие, врачи, учителя, юристы и т. д. Предпочитают культурно-интеллектуальный досуг (театры, выставки, музеи, концертные залы и т. д.), но отличаются низкой активностью по частоте посещений культурно-досуговых учреждений города. Из культурно-развлекательных вариантов досуга предпочитают кино, реже — бары, рестораны. Мужчины этой группы склонны к квази-спортивным видам досуга (бильярд, боулинг и т. д.), женщины предпочитают оздоровительный досуг (фитнес-клубы, спа-салоны, салоны красоты и т. д.)

5. «Золотая молодежь»: юноши и девушки возрастом от 16 до 35 лет из семей с высоким уровнем дохода — от 40 тысяч руб./мес. и выше на каждого члена семьи. Группа, демонстрирующая, пожалуй, наибольшую активность в социокультурном пространстве города (поскольку располагают наибольшим количеством свободного времени среди

групп, имеющих широкие финансовые возможности). В их досуге превалирует культурно-развлекательная направленность (очень активное, регулярное посещение кино, баров, ресторанов, ночных клубов, досуговых центров и т. д.). Кроме того, важное место занимает спортивно-оздоровительный досуг (бассейны, сауны, школы танцев, спорткомплексы, стадионы, фитнес-клубы, спа-салоны, салоны красоты, элитные турбазы, горнолыжные базы и т. д.).

Б) Целевые группы, обладающие априорной высокой активностью поведения, но не имеющие весомого положения в обществе и широких финансовых возможностей:

1. Студенты. В данном случае имеется в виду не вся группа студенчества, а ее часть. К ней мы относим студентов, выросших в обеспеченных городских семьях и сейчас живущих на средства родителей. Представителям этой группы в среднем 16–25 лет. Они родились и выросли в Перми. Они хорошо адаптировались к вузовской среде, но при этом не слишком ориентированы на учебный процесс. Много времени проводят в стенах образовательных учреждений, участвуя во внеучебной деятельности (КВН, театральные и танцевальные студии и т. д.). Активное посещают интернет-ресурсы. Очень высока частота посещения развлекательных учреждений города, но ввиду низких финансовых возможностей это учреждения, как правило, более низкого уровня (вместо ресторанов — фаст-фуды, недорогие ночные клубы, кино, бары). Из универсальных культурных площадок города наибольшей популярностью у студентов пользуются стадионы, парки культуры отдыха, уличные площадки (эспланада, центральные площади и улицы города). Очень активно участвуют в общегородских событиях.

2. «Молодые менеджеры»: молодые люди в возрасте от 20 до 30 лет с высоким уровнем образования, работающие по найму специалистами среднего и высшего звена, не состоящие в браке и не имеющие детей, как правило, проживаю-

щие совместно с родителями. Активно посещают развлекательные учреждения (ночные клубы, бары, рестораны, досуговые центры и т. д.). Склонны к квази-спортивному досугу (боулинг, бильярд и т. д.). Активно посещают интернет-площадки.

Мы исходим из предположения, что культурные мероприятия нужны представителям этих групп для того, чтобы выделиться из общего ряда других групп, с одной стороны, а с другой — влиться в общее культурное пространство города.

Обсуждая с горожанами их представления о культурно-комфортной городской среде, нам удалось вычленить основные аспекты требований горожан к культурно-материальному пространству города, к системе культурной коммуникации, сложившейся в городе. Эти аспекты, на наш взгляд, характеризуют символическое пространство города, его культурную атмосферу, сложившиеся в городском социальном пространстве формы, каналы и площадки общения. Кстати, проделанная работа может служить инструментом корректной социокультурной сегментации горожан.

В качестве предварительного замечания следует отметить, что город — уникальная среда, среда одновременно разнородная и однородная. Классическая социологическая теория утверждает, что город — это анонимное пространство. Люди не знают друг друга, и это помогает им жить. Кастельс утверждает, что это не так³. Городское пространство не безымянно. В ходе городской жизнедеятельности горожане осваивают городское социальное пространство, каналы коммуникации, городской образ жизни. Когда в городе происходят события, горожане вступают в контакты, взаимодействия. В силу повторяемости различных событий горожане осваивают стандарты поведения. Постепенно возникает схема социального поведения горожанина: событие — контакт — получение (дополнение) информации. Поскольку в городской жизни информация играет ключевую роль, то горожане

> 3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М., 2000.

стремятся закрепить социальные отношения особого рода, т. н. сетевые отношения. Исследователи городских отношений, как правило, выделяют сети трех типов:

А) сети, по которым протекают слабые информационные импульсы, слабые контакты — «мы просто знаем друг друга», чаще всего через посредников;

Б) сети, по которым протекают сильные импульсы (родственники, друзья, деловые партнеры, учителя-ученики);

В) сети, по которым протекают попеременно то сильные, то слабые импульсы. Другими словами, в зависимости от ситуации мы то сближаемся с тем или иным человеком, то отдаляемся. Скажем, бывшие одноклассники встречаются на собрании первоклассников в качестве родителей и попадают в родительский комитет. Можно предположить, что до окончания школы их детьми эти люди будут сотрудничать. Очень существенно то, что социальные сети сливаются в социальные потоки. Современная экономическая жизнь строится на этих потоках, на их энергии. Это происходит не только в городах, это доминанта современного мира. Важную роль в создании социальных сетей играет способность вызывать доверие. По мнению П. Штомпки⁴, в современных социальных отношениях сложились «три основания этого доверия: репутация, впечатление и внешний вид». Доверие, по мнению ученого, освобождает и мобилизует человеческое действие; поощряет творческую, инновационную и предпринимательскую активность; снижает неопределенности и риски и в целом выполняет положительную функцию. Диаметрально противоположные выводы сделаны в отношении недоверия. В современном мире комплексными становятся социальные сети отношений индивидов, а это, в свою очередь, приводит к возрастанию потребности в доверии и важности самого доверия. Учитывая это в своей концепции, П. Штомпка предлагает аналитическую схему четырех возможных систем доверия.

> 4. Штомпка П. *Культура доверия* // Штомпка П. *Социология*. М., 2005. С. 324 – 346, 184 – 185.

В первой из них преобладание установок на подтверждаемое, ответное или обоюдное доверие ведет к культуре доверия.

Во второй — слепое, наивное доверие может временно способствовать культуре доверия, но она будет односторонней (держаться только на доверии со стороны доверяемых) и с появлением все новых случаев не оправдания доверия разрушится.

В третьей системе оправданное недоверие продуцирует культуру недоверия и раскручивающуюся спираль углубления цинизма и подозрительности.

Четвертая система — это чрезмерное недоверие, которое может временно потребовать нормативной санкции. При этом «спираль недоверия» может смениться восстановлением культуры доверия: постоянные и перманентные проявления заслуживающего доверия поведения могут подорвать необоснованное недоверие.

В любом случае, очевидно, что современное общество нуждается в непрерывном реформировании, преодолении конфликтов. Это можно и нужно делать при наличии доверия или постоянном и неуклонном преодолении недоверия. Для обеспечения постоянного воспроизводства доверия нужны площадки для встреч, нужны каналы информационных взаимодействий, нужны различные формы культурно-досугового поведения. Собственно, эту функцию культура, как пространство постоянного конфликта между традицией и новацией, и выполняет.

**Алексей Викторович
ИВАНОВ**

Прозаик, сценарист.

Лауреат премий имени Мамина-Сибиряка (2003),
имени Бажова (2004), «Ясная Поляна» (2006) и др.
(Пермь)

> ГОРОД СО
СМЫСЛОМ >

Смыслы города — это глубинный механизм его жизни. Глубже, чем подземные коммуникации, и сложнее, чем согласование законов. Пока мы не включим смыслы города, мы не запустим механизм его жизни.

Приходя, включите смысл

Мы привыкли, мы этого уже не видим, и когда нам говорят об этом, мы искренне удивляемся, а потом обижаемся. И тем не менее, у нас «рожа крива».

Пермь — некрасивый город. Несовременный. Непрестижный. Дороги — дрянь, архитектура — почти никакая, за инфраструктуру надо устроить ответственным лицам публичный процесс вроде Нюрнберга. Сколько ни вешай растяжек «Пермь, я люблю тебя!», все это — заклинания, вымучивающие у горожан спуск планки требований. Дескать, «с милым рай и в шалаше». Если Пермь нам мила, то можно превратить город в скопище шалашей.

И все же есть в Перми очень мощный глубинный пласт, держащий в себе корни любви к городу. Иначе город разнесло бы на куски при первой же попытке властей вновь отремонтировать дорожное полотно где-нибудь на Северной дамбе. Этот глубинный пласт, как ни парадоксально, держит в себе и корни городских проблем. Надо попробовать докопаться до него.

Вскрытие этого пласта не принесет автоматического разрешения кризисов. А многие горожане и не поверят, что город устроен именно так, потому что каждому конкретному кризису, каждой конкретной болезни есть и сиюминутные, поверхностные причины.

Возьмем, к примеру, набережную. Почему там столь скверно? Поверхностные объяснения будут звучать примерно так: нет приличного выхода, нерентабельны паромства, старый генплан оказался неразумен, нет денег на реставрацию, нет закона, запрещающего устраивать из набережной пункт продажи разбавленного пива и пирожков с собачатиной. Все правильно. Но если исправить недостатки, понятные всем, мертвец будет просто раскрашен, а не оживет, налившись румянцем. Когда раскраска сползет — а она сползет, все увидят, что все как было, так и осталось. Потому что не включили глубинный механизм жизни.

Смыслы города — это глубинный механизм его жизни. Глубже, чем подземные коммуникации, и сложнее, чем согласование законов. Пока мы не включим смыслы города, мы не запустим механизм его жизни.

В поисках «пермского реактора»

Попробуем уподобить жизнь города электрической дуге. Она существует между катодом и анодом. Что является катодом и анодом, между которыми сейчас — пусть тускло — горит электрическая дуга пермской жизни?

Или другими словами. Литературоведы скажут, что действие романа всегда двигает какой-то конфликт. Какой смысловой конфликт двигает действие романа под названием «жизнь Перми»?

Москву двигает конфликт между деньгами и провинцией. «Деньги» и «провинция» — это катод и анод. Петербург движим конфликтом между Москвой и Европой. Петр и строил-то свой город как новую столицу в противовес боярской Москве. Екатеринбург — это Петербург наоборот, его двигает конфликт между Москвой и провинцией. Такой конфликт двигает все большие русские города, претендующие на статус «третьей столицы» — Нижний Новгород, например. А какой конфликт дает энергию жизни для Перми? Какой он, «пермский реактор»?

В любом жизнеспособном городе есть такой «реактор». Пускай даже он работает не на полную мощность. Если «реактор» гаснет, город умирает.

Чаще всего получается по-простому: «реактор» тождественен градообразующему предприятию. Уральцу это понятно вдвойне: у нас три четверти селений — бывшие горные заводы. Где завод умер, там и селение скукожилось. Но Пермь — не горнозаводский город. Пермь перестала быть горнозаводской, когда закрылся Егошихинский завод. Однако примерно с этого времени город как раз и родился: получил нынешнее имя и стал губернской столицей. Поскольку оба этих деяния совершились по мановению Екатерины, значит, она и включила «пермский реактор».

Гигантской Пермской губернии давно нет, и Пермский край не сравнится с ней по масштабам. А город существует и не собирается помирать. Значит, не губернский статус является «пермским реактором».

Остается только второй вариант: имя города.

Слово «гордость» — от слова «город»

Древнее слово «пермь» обозначает и народ, и территорию. А город Пермь не стоит на этой территории и не является столицей этого народа. Город Пермь не ровесник своего имени, потому что имя древнее на полтысячелетия. Город Пермь «перми» не ровня.

Для Урала такая ситуация с именем не редкость. Кунгур не стоит на речке Кунгурке, и Оренбург не стоит на реке Орь. Даже Соликамск не «дополз» до Камы. Но название реки в названии города стало просто «мемориальным», и не более. Река — вещь достаточно конкретная; она не изменит русла и в гнев не потечет смывать убежавший от нее город. В Перми же и в помине нет «мемориальности» её имени.

Слово «пермь» неконкретное, очень многозначное. С ним ассоциируются Пермский период, пермский звериный стиль, княжество Пермь Великая, пермские боги, святой Стефан Пермский. Все эти явления или понятия не замыкаются на городе Перми, не сводятся к нему и на десятую часть своего значения не заключены в городе Перми. Получается, город украл, присвоил чужое имя? Вот и конфликт. Вот и «пермский реактор».

Доказать, что город — не вор, можно, конечно, историческими документами. То есть спихнуть все на Екатерину, которая лягнула, не подумав. Столица — она большая, и оттуда кажется, что провинция очень маленькая, что Пермь, Екатеринбург и Тобольск буквально толкаются локтями. Подумаешь, государыня немного промахнулась с названием — на глобусе промашка-то всего на два миллиметра. Такое объяснение — вполне разумное и прагматичное.

Но включается «реактор». Пермь — город с огромным горором. Пермь не желает оправдывать свое имя ошибкой императрицы. Пермь желает стать равновеликой имени. В общем-то, это неброский, не замечаемый никем духовный подвиг города. В этом ежедневном деянии — в освоении имени — и заключается энергетика символической жизни Перми.

Гордость города за свой вызов судьбе порождает в горожанах убеждение в мессианской роли Перми. Веру в то, что Пермь — город «избранный», лучший на земле. От такого способа разрешить конфликт между именем и реальностью в

городском мифе рождаются вульгарные «пермские преувеличения» — типа того, что Пермь единственная уцелеет при ядерной войне или что на мысе Стрелка родился Заратустра. В движении к своему имени заключена Пермь идеальная, «Пермь небесная».

Оставим ее мечтателям. Будем говорить о реальности.

Преодоление имени

Демонстративно принимая свое имя, Пермь принимает и рок, который заключен в этом имени. Принимая имя, принимает крест. Как РФ стала правопреемником СССР, унаследовав его имущество и его долги, так и Пермь стала правопреемником древнего понятия «пермь», унаследовав его величие и его злых духов. И враги нынешней Перми — они как раз из той древности и из тех глубин, которые называются «пермскими»: ящеры пермского периода и демоны пермского язычества.

Разумеется, проблема не в том, что ящеры вылезут из подземного перехода у рынка, а шаманы выбегут из музея и начнут колдовать направо и налево. Проблема в том, что древние смыслы слова «пермь», которые город Пермь принял вместе с языческим названием, — не городские. Они бесструктурные, аморфные, вездесущие — и они разъедают город, разрушают его как организованную структуру. А направление действия идеи города — преодоление собственного имени. Поиск способов нейтрализовать древние негативные смыслы, а в лучшем случае — превратить их энергию из негативной в позитивную.

Все эти рассуждения вовсе не абстрактны. Смыслы, которые Пермь взяла на себя, как чужие долги, вполне материальны. Они все заключаются в определенных формах, как электричество в аккумуляторах. Что это за формы?

Пермский период — геологическое понятие. Геологию нам демонстрирует рельеф местности. Все остальные составляющие понятия «пермь» так или иначе относятся к язычеству. (Да и ящеры тоже связывают пермскую геологию с язычеством пермского звериного стиля). А языческое время уральской истории до-городское, то есть время господства ландшафта над деятельностью человека. И получается, что ландшафт города Перми — это хранилище древних смыслов его имени.

Где Пермь?

О том, что ландшафт города — накопитель древних смыслов понятия «пермь», можно судить по одному очень простому факту. Что мы подразумеваем под словосочетанием «город Пермь»? Какую территорию?

Территорию центра. Ту, на которую в городах, где есть дорожные указатели, указывают таблички с надписью «центр». Когда жители пермских окраин говорят «я поехал в Пермь», они имеют в виду «я поехал в центр». Все остальные части города имеют собственные названия: Балатово, Мотовилиха, Висим, Левшино, Гайва, Закамск и так далее. Никто из горожан не назовет «Пермью» Мотовилиху, хотя с точки зрения жителя, например, Закамска или Гайвы, не одно и то же ли это? Нет, не одно и то же.

Такому положению дел есть и историческое объяснение. Пермь — не город, а агломерация, то есть объединение под одним названием кучи мелких городишек и поселков. Это объединение было проведено в 1937 году. Но неважно. Важно, что под «Пермью» мы имеем в виду очень ограниченную территорию.

Чем ограниченную? Ландшафтом!

С одной стороны — гигантский проран Егошихинского оврага. С другой стороны — простор Камы. С третьей стороны — небольшая речка Данилиха, подчеркнутая Главной железной дорогой. В пределах этих трех границ и существует тот город, который мы называем Пермью.

Три стены

Эти границы, эти стены весьма трудно преодолеть. Сколько проклятий звучит на дамбах через овраг, в тоннелях под железнодорожной магистралью, на мостах через Каму? Вечные пробки, вечные ремонты. Всем этим заглушкам есть сиюминутные причины: ДТП, износ. А есть и смысловые причины: Перми еще не хватает сил преодолеть свое имя, своих демонов и стать городом, то есть консолидироваться, собраться в кулак. Но только кулаком можно пробить невидимые стены, а пальцем их не проковырять.

Петербург стал городом и преодолел свою «рассыпанность» по островам дельты Невы. Пермь же не может стать городом и не может продырявить насыпь железной дороги, перекинуть путепроводы через овраг, зацепиться мостами за правый берег. Почему? Потому что это не просто стены, не просто границы.

Это ландшафтные преграды, порождающие те смыслы понятия «пермь», которые не дают городу Перми стать городом. Ландшафтные преграды излучают эти древние смыслы, как радиацию, а радиация разрушает организм города. Это зоны контакта с агрессивной средой.

Агрессивная среда — это в первую очередь уральское язычество, которому чужда урбанистичность христианского города. Ведь не случайно из шести пермских храмов, которые сохранили облик храма, пять стоят именно на границах у оврага, над Камой и возле железной дороги. Это церковь на Егошихинском кладбище, Петропавловский собор, здание художественной галереи, Слудская церковь и церковь иконы Казанской Божьей Матери. Эти храмы, как крепостные башни, ограждающие христианскую суть города от языческой среды ландшафта. Даже во времена воинствующего атеизма у руководителей города сработал какой-то подсознательный механизм самозащиты и храмы не были снесены или перестроены до неузнаваемости.

Значит, существуют катод и анод: город и ландшафт, христианство и язычество, старое имя и новое имя. В таком случае стратегия действия — преобразование ландшафта из агрессивного в созидательный.

Но требуется и тактика, поскольку «стены» Перми — разные.

Егошихинский овраг: ров страха

Первая стена — самая оригинальная и редкая в градостроительной практике: гигантский Егошихинский овраг. Могучий разрыв в теле земли. Овраг — главная «скважина», соединяющая пермские границы с бездонным источником подземных языческих энергий. Благодаря оврагу естественные границы города существуют как биологическая система, обвивающая Пермь вроде змеи, а не как мертвая постройка вроде Китайской стены.

Языческий мир, мир предков, он всегда подземный. По своим смыслам город Пермь уходит под землю куда глубже, чем высотками — в небо. Под землей укрылась легендарная Чудь Белоглазая. Про подземных духов писал Бажов, выпускник Пермской семинарии. В земле археологи отыскивают бляшки пермского звериного стиля и могильники Перми Великой. Наконец, пермский период — это подземное время.

Это там, на глубине в полкилометра, в каменных солях пермского моря простираются бесконечные шахты калийных комбинатов. Подземная соль породила на пермской земле и Строгановых, и современную нефтянку. Главные плательщики бюджета в крае — те, кто добывает деньги под землей.

Самый знаменитый бренд Прикамья — Кунгурская пещера, подземелье. Главная уральская дорога, пересекающаяся в Перми с главной российской, — горнозаводская, то есть дорога «железных караванов». А эта трасса проходила по реке Чусовой, которая единственная преодолела хребет, то есть совершила фантастический подземный переход. «Пермь подземная» столь богата смыслами и образами, что у нас есть даже собственные диггеры, хотя Пермь — не Париж и не Аджимушкай, чтобы иметь катакомбы.

«Пермь подземная» и транслирует на город разрушительные языческие смыслы. Погоня за наживой, «поклонение золотому тельцу» — это язычество. Конечно, не Егошихинский овраг виноват в том, что в центре Перми громоздится коробка «Колизея-2», будто кассовый аппарат его владельца. Но только в языческой системе ценностей можно купить все, что угодно, а в христианской иерархии есть вещи выше денег. И пока в одном месте города зияет замусоренный и нечесаный овраг, куда ночью лучше не соваться, потому что там языческий закон-тайга, почему бы в другом месте не стоять гигантскому кассовому аппарату?

Наличие оврага — такого мощного языческого артефакта, подпитывает языческую среду города, разрушающую город. Это наш ров страха. Что с ним делать?

Египетский вариант

В мусульманском Египте стоят языческие пирамиды фараонов. Никакая мечеть, никакой Камень Каабы не сравнится по силе впечатления с пирамидой. Но почему-то пирамиды не создают угрозы исламу в Египте, хотя де-факто демонстрируют превосходство язычества над магометанством. Почему?

Потому что их негативная энергия превращена в позитивную. Электрический ток может убить, а может вращать карусели. И пирамиды с их энергетикой превращены в карусели, в аттракцион. Это самый разумный путь обезопасить опасное, не разрушая носитель. И не только обезопасить, а сделать полезным.

Ситуация с Егошихинским оврагом точно такая же, как с пирамидами. Из проблемы овраг надо превратить в бонус. Каким образом?

Звучала идея: закатать речку Егошиху под асфальт и проложить шоссе. Видимо, нам в городе не хватает гигантской канавы со смогом. Уничтожить Егошиху ради дороги все равно, что разобрать пирамиду на камни и построить из них гараж на сто тысяч мест. Но столько автомобилей сюда уже не приедет никогда, потому что пирамид не будет: на что смотреть?

Из зоны страха надо делать зону отдыха — как на мемориальных кладбищах. Ужас превратить в рекреацию. Считать овраг не проклятием города, а подарком. Тогда будет где гулять, и нечего будет бояться.

Речку Егошиху надо не истреблять, а возродить. Если позволяет гидротехника, надо направить в овраг еще речку Иву и никому не нужную сейчас речку Данилиху. Тогда мы получим в овраге каскад прудов с маленькими водопадами. А по склонам — парк террасами: нечто вроде садов Семирамиды, только наоборот. Фонари и хорошо продуманная ливневка превратят овраг весной и в грозу в водяное шоу вроде Петергофа.

Такого парка нет ни в одном городе России. В этом парке можно размещать что угодно — ящеров, музейные медные рудники, мемориал Первогороду, это уже не важно.

Наличие парка изменит характер прилегающих жилых районов, сделав их престижными и дорогими. И можно будет посчитать, потратился город или разбогател. Приручать звероящеров выгоднее, чем истреблять: вспомните историю Кинг-Конга.

Кама: поток равнодушия

Пора оставить советские заветы вроде «Кама — река-труженица». Никогда в человеческой культуре реки не воспринимались как труженицы, хотя трудились не хуже египетских рабов. Реки всегда были символом границы, безвременья, забытья, забвения. Чтобы река стала украшением города, надо было прикладывать огромные усилия. Счастье Перми в том, что Кама — большая, а город только на одной ее стороне.

Для города Кама сейчас несет те смыслы, которые нам хотелось бы спрятать. Спокойная, величавая, равнодушная река безразлична к нашим делам. Мы можем купаться в ней, плавать по ней на пароходах, сливать сточные воды, а она как текла, так и течет. Спокойно считает все, что мы сотворили, — хорошее и плохое. Уносит в никуда. Речь не об экологии реки, а об ее образе для города. И возле такой неумолимости, неизбывности, безответности не рождается ничего хорошего. Ничего не хочется делать — все равно время, как река, все смое. Лежи и бамбук кури, все равно все бесполезно.

Можно превратить в парк Егошихинский овраг и тем самым преобразовать его дикость в прекрасное городское приключение. Но превращение в парк берега Камы ничего не даст. Здесь нужна уже другая культурная технология. Кама — символ природной вечности, и ее можно приручить только тогда, когда она собою будет подтверждать нашу человеческую вечность. Слова пафосные, потому что немому пафосу реки надо противопоставлять звучащий пафос человечества. Самый гармоничный звук — это музыка, а застывшая музыка — это архитектура. Кама должна быть подножием городского фасада: максимальной концентрации архитектурной выразительности. Тогда своей неизбежностью она будет утверждать прочность нашего торжества.

Железная дорога: дорога бегства

Для Перми Кама вытекает из Егошихинского оврага. Тем более, и так все жители знают, что у КамГЭСа Кама как бы заканчивается, и начинается море. Языческий ужас оврага выкачивает из городских смыслов адреналин, и, лишенные адреналина, эти смыслы равнодушно и безвольно катятся вниз — продолжаютсЯ Камой.

Но ее городской берег не располагает к оптимизму. Все старое, неухоженное, бессистемное, промышленное. Тоска. Безднадега. Ничего не поделать с такими гигантскими масштабами. Лучше бросить все и уехать. Вот и мост, вот железная дорога. А по ней — как чеховские три сестры: «В Москву! В Москву!». Это — логическое завершение тех эмоций, что испытает человек, пройдя от южной дамбы по оврагу и берегу Камы до Камского моста. Железная дорога, символ бегства — финал и вывод тех смыслов Перми, которые владеют городом сейчас.

Подхватывая город за южное подбрюшье, железная дорога становится символом провинциальной тоски. «Ничего хорошего здесь нет и не будет, прочь отсюда!». И зовут, зовут поезда. Не на восток, куда Россия всегда стремилась за богатством и волей, а на запад, где тебя обеспечат — но и встроит в сложившуюся систему отношений, разумеется, на подчиненных ролях.

С дороги и города почти не видно — какие-то огороды, пустыри и гаражи. Не видно, что здесь кто-то живет, и живет с комфортом. Тот, кто проезжает через Пермь по железной дороге, не поверит, что Пермь — это место жизни, а не прозябания. Хотя сама структура города подразумевает, что здесь-то у нас как раз и находится «спальня»: самая уютная и мирная «комната» «трехкомнатной» Перми.

Пермь как квартира

Если сравнить Пермь с квартирой, то получится трехкомнатное жилье «вагончиком». Точнее, анфиладой.

Все, что дальше к востоку за стадионом «Звезда», Комсомольской площадью и площадью Карла Маркса — это «спальня». Ее «перегородка» — улицы Белинского

и Чернышевского с выходом на южную дамбу. За этой перегородкой мы живем, как нам нравится, и гостям тут делать, в общем, нечего. Смысл этой части города — покой и отдых.

В любом городе действует железное правило: если эксплуатация места не соответствует его смыслу, то все превращается в трущобы, маргинализируется. В Перми таких примеров — тьма. «Спальня» — один из них.

Промышленная улица Героев Хасана превратила «спальню» в маргинальный район без комфорта и безопасности. Это все равно что затащить в спальню токарный станок — ни поспать, ни поработать. Конечно, предприятия не выдворить за городскую черту одним волевым решением, но и Москва не сразу строилась. Надо хотя бы расставить приоритеты: будем мы здесь спать, или будем работать, или, как в бытовке, и работать, и спать. Но тогда не обижайтесь, если кто-то пройдет по постели сапогами.

А вот городская зона от «спальни» до улицы Ленина это «детская». Здесь словно специально собраны три городских стадиона, ТЮЗ и Театр кукол, все кинотеатры города (а кино — давно уже подростковое развлечение), больницы, кафешки, клубы, парк Горького с каруселями, магазин «Детский мир», гостиницы. Конечно, это зона не только для детей, но ее «детскость» дает самое понятное представление о смыслах территории. Здесь зона досуга, свободы, развлечения.

Дикий диссонанс, просто городская клоака — Центральный рынок. Будто дощатый деревенский сортир посреди танцпола. Мало того что он сам по себе какой-то динозавр («пермский ящер») пресловутых 1990-х годов, так он еще и стоит не там, где можно. И, согласно железному правилу, мгновенно превращается в опасную трущобу, сколько бы часовен ни воздвигали там набожные торговцы.

Наконец, третья «комната» «пермской квартиры» — «парадная». Это территория от улицы Ленина до Камы. Это репрезентативная часть города, официальная, торжественная. В «спальне» мы никого не принимаем, в «детскую» пускаем друзей, в «парадной» встречаем послов. Здесь у нас здания власти, театры и музеи, многие ВУЗы, престижные рестораны и элитные бутики, памятники. Совсем не к месту здесь зоопарк — он из «детской» зоны, но про зоопарк на архиерейском кладбище и так все ясно.

Для фиксации городской репрезентативности город сам собою выработал три точки (а опора на три точки — самая надежная): эспланада, набережная и Разгуляй. Но о них речь дальше.

Никакой генплан не структурировал Пермь по характеру зон, по смыслам. Если уж в мучительной борьбе с советским нивелированием и нынешними подкупам Пермь все-таки выстроила себя так, а не иначе, значит, это — самый органичный способ существования города. Ведь если город свободен от диктата денег или идеологии, он выстраивает себя сам в соответствии со своей ДНК — смыслами своих территорий.

Эспланада: чаша весов

Гостей Перми неизменно удивляет эспланада — огромная степь в центре города. Толком не понятно, зачем она нужна. У людей, не понимающих Перми, сразу возникает совет: да застройте вы ее, и нет проблем.

Для пермяка застроить эспланату невозможно. Это все равно что приделать Венере Милосской отломанные руки. Существовала идея использовать эспланату как территорию для гипермаркета, но гипермаркет сделать подземным. Пермяк не может покуситься на эту священную пустоту. Значит, она зачем-то нужна. Это понимается на интуитивном уровне.

Эспланада откликается на главный смысл Перми: на «Пермь подземную», на мир пещер, пустот, а в конечном счете пустоты. Эта «пустота» связана со смыслом «равнодушия» Камы, ведь равнодушие — это отсутствие реакций, тоже пустота. Ну разумеется, эспланада ведет и к смыслу бегства по железной дороге — бежать туда, где есть хоть что-то, прочь из этой пустыни.

Однако эспланада — самое удачное градостроительное решение Перми. Вывести эту жуткую пустоту в центр города и обустроить ее — значит лишить ее жути, приручить, освоить. Все это сделано. Этот ящер нейтрализован. Осталось осуществить последнее действие: пристроить ящера к делу. Вот с этим сложно.

В системе города эспланада не имеет позиционирования. Что она такое? Площадь? Бульвар? Арена стадиона? Всего помаленьку и ничего внятного. А эта пустота

претендует на очень простую и важную роль: быть чашей весов. Чтобы на этих весах взвешивать, чего нужно городу, а чего — нет.

В общем, эспланада потихоньку идет к этому и сама. Надо только ей помочь. Превратить ее из поля, «равного на все стороны», в комплекс «путешествия». Как в театре — в подвижную сцену с многофункциональными декорациями. Эспланаду надо срежиссировать. И сделать нескончаемым вернисажем: выставок арт-объектов (которые потом поедут или в музей, или на улицы города, или в кладовку к своим авторам), массовых концертов, общественных мероприятий (не митингов, а театрализованных, вроде фестиваля).

С таким использованием эспланады, перестроенной именно для этой цели, у Перми не будет желания скопировать с Москвы пешеходный Арбат — у нас будет свое ноу-хау покруче: не городские часы, а городские весы. А пустота эспланады постоянно будет заполняться новым содержанием и регулярно опустошаться. Чаша городских весов обязана быть то полной, то пустой.

Набережная: экспозиция ценностей

Под набережной Камы следует понимать, собственно, всю набережную — от устья Егошихинского оврага до порта (который, действительно, очень здорово было бы переделать в кампус). Хотя освоить такую протяженность у города не хватит не только денег, но и культурного ресурса. Значит, следует отдать неиспользуемую территорию под парк, но с расчетом, что постепенно «фасад» Перми будет удлиняться за его счет.

Под набережной следует понимать не только полосу берега вдоль Камы, а всю территорию от воды до улицы Орджоникидзе. Следовательно, в комплекс набережной должны быть включены не только здание речного вокзала и вокзала Пермь I, но и дом Мешкова (краеведческий музей), сквер Решетникова, ансамбль Соборной площади с Кафедральным собором, архиерейским домом, парком на месте нынешнего зоопарка и зданием бывшей семинарии. А также все остальные здания, которые по качеству архитектурного решения удовлетворяют целям репрезентации.

Набережная должна быть территорией свободного передвижения, но не вымученного гулянья среди помпезных сооружений. Здесь должны быть рестораны кафе, причалы, какие-то павильоны, скамейки, туалеты, в конце концов. Наверное, именно здесь место для маленьких кинотеатров и выставочных залов вроде галереи «Марис». И театру «У Моста» место, видимо, как раз здесь — у моста. Именно здесь должны находиться брендовые пермские музеи — краеведческий (которому все равно будет тесно в доме Мешкова) и художественный (который надо переселять из храма).

Фасад — это не просто самые красивые здания. Это заявка, это репрезентация города, это экспозиция городских принципов и городских ценностей. Причем именно местных. Понятно, что никуда не деться от торговли, но нелепо выдвигать гипермаркет на первую линию города, словно у нас нет ничего ценнее и значимее.

И еще важное соображение. Мы гордимся не всем подряд, а тем, что прошло отбор времени. Доказало свою состоятельность. Или хотя бы не выходит из русла традиции, пусть и модернизирует ее в весьма широком диапазоне. Поэтому фасад — территория ортодоксальная. Здесь не место зданиям-«космическим кораблям», пусть приземляются на невозделанной территории. И здесь не место выкрутасам музея современного искусства, как фривольной картинке не место на стене зала приемов. Здесь — то, чем мы гордимся сейчас, а не то, чем надеемся гордиться в будущем, если не промахнемся с прогнозом.

Разгуляй: пермский алтарь

И наконец, где же у Перми сердце? На что замыкается городская система кровообращения? Покажите точку, «откуда есть пошла» Пермская земля?

Эту точку не надо выдумывать. Она давно уже существует как священный, сакральный центр города. Хотя выявлена очень слабо. Слабо — в архитектуре и городской планировке, но вовсе не в истории.

Речь, конечно, идет о Разгуляе. За 250 лет чего здесь только не было. Кабаки и рынок (торговые заведения). Трамвайное депо (промышленное предприятие). Управление губернией (административное учреждение). Ничего не удержалось, все рассыпалось. Потому что Разгуляй — пермский алтарь, и кабаку или депо в алтаре не место. Нынешним жилым домам тоже не место. Поскольку они построены не там, где надо (как шашлычные на набережной), они превратились в трущобы.

За 250 лет на Разгуляе уцелело только одно здание, которое и соответствует священному смыслу территории: храм. Петропавловская церковь, старейшее каменное здание нашего города. Что ж, современные хибары и притоны и без всяких смыслов уродуют город, их надо убирать в любом случае. Но планировать что-либо на их месте лучше, конечно, с учетом особенностей места. С учетом его «святости».

Очень удачное решение — мемориал Татищеву. Памятник плохой, а вот место угадано точно, и потому мемориал жизнеспособен, хотя и путей-то к нему нет, он выключен из инфраструктуры.

Решение перенести мэрию в Разгуляй тоже неплохое. Власть у нас тоже священная, потому что соответствует смыслу территории. В овраге — «пермь подземная», и власть у нас «подземная», точнее, «подковерная», живущая своей тайной жизнью закулисных договоренностей и оглашающая лишь итог, мотивированный задним числом как попало, лишь бы электорат считал, что он «в курсе». Мэрия в Разгуляе «приживется», как и храм. Но ситуация с мэрией — будто из анекдота: «Можно ли построить коммунизм во Франции? — Можно. Но жалко».

Жалко Разгуляя для мэрии, потому что «под мэрией» он утратит репрезентативный смысл для гостей города. Да и в виде трамвайного депо судьба преподнесла Перми ценнейший подарок. Здесь-то как раз и стоит разместить музей современного искусства, убив сразу многих зайцев. Во-первых, сохраним памятник истории. Во-вторых, «Депо» — исключительно стильное, точное, емкое, «хай-тековское» название для музея современного искусства (в Париже такой

музей организован в здании железнодорожного вокзала). Депо сразу образует арт-комплекс со старинным трамвайным мостом через овраг — вернисажем под открытым небом. Такому ансамблю позавидуют европейские столицы. И, в-третьих, искусство — вещь мистическая, священная, и оно вполне органично уживется со священностью Разгуляя, «пермского алтаря».

Пермский «лук»

Комплекс Разгуляя смыкается с комплексом набережной, а набережную можно соединить с эспланадой. Получится «культурная дуга» Перми: непрерывная полоса парков, музеев, театров, ресторанов и торговых заведений. «Культурная дуга» практически полностью совпадет с «культовой» — линией храмов. Уцелевшие храмы — очень важные индикаторные точки, указывающие, где же в теле города должна находиться силовая линия смысловой опоры.

Эта дуга на концах стянута осью улицы Ленина (или Покровской), будто лук тетивой. Получается уникальная градостроительная схема. Такую схему для плана новой Москвы в 1932 году разработал выдающийся советский архитектор Н. Ладовский. Потом эта схема применялась в строительстве Копенгагена и Токио. Высший образец подобной планировки — город Бразилиа, спланированный великими архитекторами Ла Костой и Нимейером. В Перми же эта схема сложилась сама собой, надо только выявить ее.

Внутри этого «лука» окажется «приемный зал» Перми со зданиями власти. За «тетивой» — «детская» и «спальная». Такая планировка без напряжения поглощает планировку Ивана Лема XVIII века, которой так гордятся краеведы (хотя чего в ней особенного?). Эта планировка позволяет вести застройку (перестройку) и точно, и комплексами, и целыми районами. Перми есть куда развиваться и по линиям, обозначенным концами «лука», и вдаль от Камы вдоль Главной магистрали и Сибирского тракта.

Если соединить железнодорожный вокзал с Красавинским мостом, если полноценно включить среднюю дамбу в городскую инфраструктуру и через улицы Островского

и Орджоникидзе вывести на Коммунальный мост, можно решить транспортную проблему без масштабных сносов. Эти транспортные решения не только не противоречат схеме «лука», но и усиливают ее.

У Перми нет причин считать свои проблемы неразрешимыми.

Пермские «стрелы»

И еще одна замечательная особенность городской схемы типа «лук». В лук должны быть заряжены стрелы. Они в Перми есть — и уже заряжены. Надо только сделать так, чтобы они не улетели «в белый свет как в копеечку».

Эти «стрелы» — улицы, перпендикулярные Каме. Значимых улиц четыре: Островского, Сибирская, Компрос и Попова. Пермь устроена так, что именно они позволяют городу «дышать». Съезд с дамб Егошихинского оврага на магистраль Островского-Орджоникидзе (сейчас улицы не соединяются) разгрузит центр города от пробок.

Эти четыре улицы интуитивно воспринимаются пермяками именно как главные «стрелы». Чтобы они не «вылетели» в Каму, их как засовами запирали вертикалями. Островского — вертикалью колокольни Петропавловского собора (колокольня снесена). Сибирскую — вертикалями обелисков Сибирской заставы и ротонды (снесены). Компрос — вертикалью колокольни кафедрального собора. Попова — особняком женского училища, который, стоя на горе, создавал ощущение вертикали (особняк перестроен и полуразрушен).

Город и сейчас ощущает потребность в этих вертикалях, структурирующих внутреннее пространство. Но масштаб у города уже иной, и прежних вертикалей (даже если их восстановить) недостаточно. Однако, учитывая то, что Пермь нуждается в новом музее и новой галерее, разумнее строить их там, где им место, на набережной, и так, как требует характер города: с «опорными» вертикалями. Набережная просто напрашивается заполучить эти арт-объекты, а в образе города зияют дыры именно там, где и стоит поместить новостройки.

Правоту подобного планировочного решения подтверждает новый двойной небоскреб у Коммунального моста (на месте вертикали женского училища). Он так точно и органично вписался в среду, что без всяких усилий пиара замещает собою символ новой Перми на въезде в город. Интуиция строителей просто поражает (с отвычки, видимо). Улица Попова — единственная «стрела», которая «вылетает» из пермского «лука» и уносится на правый берег Камылинией моста. И здесь «запорная вертикаль» сделана двойной, с прозором, чтобы одновременно подчеркнуть ритм города и чтобы не мешать «стреле» лететь.

Конечно, обыватель центра, вышедший из своего подъезда в ближайшую булочную, не «прочтет» в своем путешествии структуры города. Но ведь не это важно. Важно, что структура «лука» соберет в систему хаотически разбегающиеся потоки городской энергии и тем самым сделает город чище, красивее и удобнее. Покорив и преобразив древние смыслы, город-лук, город-стрелец запустит их в полет с высокого берега Камы прямо в Европу. Нам будет что сказать и показать.

**Анатолий Васильевич
КОРОЛЕВ**

Прозаик, драматург, эссеист,
член Русского ПЕН-центра.
Лауреат премии журнала «Знамя»,
итальянской премии «Пенне»,
премии имени Аполлона Григорьева,
финалист премий «Большая книга»
и «Русский Букер» (Москва)

> МОЛОТОВ
В КИТОВОМ
ЧРЕВЕ ПЕРМИ >
герменевтический этюд

Когда в 1957 году мой звонкий город молодости
Молотов, город молотобойцев, мускулов, моторов,
мотоциклов, город молодцов, мой любимый город
победы над немцами вдруг переименовали
в какую-то старую изношенную посконную
и рыхлую Пермь, я пережил шок. Я не хотел
быть пермяком-солены-уши.

Родовая тема Перми для меня тема одновременно родная и до сих пор ощутимо болезненная. Почему? Дело в том, что в своих романах, повестях и рассказах я избегаю впрямую описывать Пермь. И хотя мой родной город глазу знатока различим (даже в фантастическом романе «Блюстители неба» в описании инопланетной школы можно узнать мою родную «тридцать вторую одиннадцатилетку»), все же... все же Пермь у меня всегда зашифрована как *некий* город, а в моем последнем романе «Stop, коса!» — как Юрятин. Так почему же наложен такой запрет? Да и кем? Или чем?

Так вот, пристально размышляя над этой странностью умолчания, я недавно понял — эврика! — что в самое страстное детское время влюбленности в родную почву я был молотовчанин! Молотов, о, это был замечательный город на берегу большой реки, с берега на полигон за рекой палили пушки молотовского мотовилихинского завода, да и сам именинник был жив и очень мне нравился: Молотов Вячеслав Михайлович. Член Политбюро, прямая спина, бликующее пенсне, шляпа, второй вождь после Сталина. В Молотове была гидроэлектростанция. Железнодорожный мост, гастроном. Дворец имени Сталина, где мы, школьники, встречали Новый год. О Молотове была любимая сказка «Городок в табакерке» про отважное племя молоточков, которые колотили в трусливые юбочки колокольчиков.

Все самые мощные приметы той эпохи: индустриализация, асфальт, культ консервированных продуктов, наконец, запуск первого космического спутника Земли — случились в Молотове (если точно, через два дня после переименования).

Каждый вечер в том октябре мыраровой бежали из дома на бугор у железной дороги и ждали, когда покажется чудо; время полета спутника передавали по радио, и я видел — видел! — как небо пересекает огненная точка.

Когда в 1957 году мой звонкий город молодости Молотов, город молотобойцев, мускулов, моторов, мотоциклов, город молодцов, мой любимый *город победы над немцами* вдруг переименовали в какую-то старую изношенную посконную и рыхлую Пермь, я пережил шок. Я не хотел быть пермяком-солёны-уши. Это отторжение вошло в подсознание как психосоматическая травма, и до сих пор — спустя 45 лет — она мной не изжита.

Думаю, что травму переименования каким-то мистическим образом пережил весь молотовский локус, который был проглочен чревом Перми подобно тому, как кит проглотил живьем библейского Иону. Просвечивание Молотова сквозь пермское наслоение — весьма любопытный социальный, лингвистический, психологический и культурный феномен. На мой взгляд, он до конца не разгадан, и, наконец, настало время обратить на *Молотов* самое пристальное внимание.

Попутно замечу, что наш известный писатель Борис Акунин недавно заметил, что промахнулся с выбором своего псевдонима (напомню, его настоящее имя Чхартишвили). «Надо было взять МОЛОТОВ!» — сказал он. «Почему?» — спросили досужие журналисты. «Да потому, — ответил писатель, — именно с этим именем связан самый грандиозный советский бренд, бренд, известный всему миру и даже в Африке как «Молотовский коктейль».

Английское: Molotov cocktail.

Общее название простейших жидкостных бомб.

Придумали это оружие финны перед советско-финской войной для поражения наших танков. Создатель бомбы — капитан Еро Куттинен. Финны же и дали ироничное название. Вскоре это оружие стало известно во всем мире как самый легкий способ поджигать танки.

В книге Че Гевары «Партизанская война» приведен рецепт изготовления молотовского коктейля: залить в бутылку горючую смесь (три части бензина на 1 часть моторного масла).

М-да... Согласитесь, если бы город Молотов был жив, то этот мощнейший бренд, символ всепожирающего огненного Молоха, принадлежал бы нам, молотовчанам.

Одной из моих любимых детских книг был в те годы «Атлас мира», изданный в 1955 году (вот что читал ребенок-молоток — не Андерсена, а «Атлас мира»!). Больше всего я любил рассматривать две карты — политическую карту земного шара (гляди-ка, мой СССР — самая большая страна на Земле!) и карту Советского союза. Вот Москва, а рядом — плечом к плечу — мой Молотов, и быть ему столицей страны. Мечтая, однажды я взял ручку и провел пять прямых железнодорожных линий (эта карту я до сих пор храню):

Молотов — Ленинград, Молотов — Харьков, Молотов — Баку, Молотов — Тбилиси и Молотов — берег Черного моря.

Мне дома крепко попало за то, что я испортил атлас.

Но какая энергия взрыва!

По сути, моей рукой водил неосознаваемый образ пятиконечной звезды.

Вот он, эффект молотовского коктейля: от «Перми» я таких пяти звездных лучей через всю страну никогда б не провел.

И эту энергетику надо использовать. Есть уже удачный пример — книга Светланы Федотовой «Молотовский коктейль». Она издана три года назад, в 2005 году. В предисловии есть важные ключевые слова, цитирую: «Автор вновь открывает нам страницу по имени Молотов. Эпоху, когда интерес государства был смыслом существования миллионов людей».

И мне тоже знакомо это счастье — быть «молоточком» исполинской кующей машины. От трех до семи лет — не смейтесь! — я был убежденным сталинистом.

Областной центр г. Молотова физически существовал 17 лет — с 9 марта 1940 года по 4 октября 1957 года. Его присвоили Перми в честь 50-летия Молотова и отменили, после того как Молотов был снят со всех постов в результате поражения антипартийной группы.

На молотовскую эпоху Перми падают годы войны, годы резкого роста города, эвакуация в город Молотов военных заводов, эвакуация Кировского-Мариинского театра и ленинградского хореографического училища, и, как это, создание пермской балетной школы.

Хореограф Николай Боярчиков вспоминал, что первый опыт постановок пережил, когда мальчиком в годы эвакуации нашел в санатории в Нижней Курье (там расположилось ленинградское хореографическое училище) брошенный кукольный театр и стал учить куклы танцевать.

Молотов — это Комсомольский проспект, новый речной вокзал, плотина Камской ГЭС, Башня смерти на Комсомольской площади, дворец им. Сталина, первая фабрика-кухня, шлюзы КамГЭС, Камкабель, нефтемаслозавод (ныне гигант ЛУКОЙЛа), газификация города, асфальт на

дорогах и тротуарах, башня телецентра на Городских горках. Наконец, нынешний облик Перми — это ведь все тот же молотовский план застройки, разработанный Ленгипрогором в 1949 году и утвержденный Совмином в 1952-м. В Молотове началась эра хрущевок — Городские горки, Балатово, Гайва. Ванны в домах появились вместо бань.

Молотов — это эвакуация культуры: книги Веры Пановой, фотографии Родченко, картины Иогансона, тайное пророчество Мессинга о точной дате смерти Сталина (предсказание было сделано в конце войны), гениальный хит Хачатуряна «Танец с саблями», написанный композитором в нашей семиэтажке, в гостинице «Центральная».

Загляните в Венецию: что играют чаще всего уличные оркестры? Танец с саблями! Вот такая музыка должна стать музыкальным брендом Перми, если мы сделаем ее, наконец, наследником Молотова.

Молотов — это имена легендарных партийных руководителей: Побережский, Гусаров, Балкова, Солдатов, Субботин, Кацнельсон. Уверен, этот яркий список можно продолжить.

Кстати, хочу сразу подчеркнуть, что в моем обращении к имени «Молотов» нет никаких политических симпатий, никаких призывов к реставрации политического прошлого, всяких там «фиг»; речь идет только об обогащении пермского культурного текста.

Пермь воскресила из небытия имя Мэрчисона, открывшего пермский геологический период, но пригласила имя Славянова — изобретателя сварки. Символично, что именно в молотовский период в 1948 году прах Славянова был перенесен с кладбища у Троицкой церкви в сквер около Дома техники. Это типично молотовский социокультурный жест.

В Перми убили великого князя Михаила, в Перми стряслась революция и гражданская война, а вот в Молотове ничего подобного не случилось; тут стала мерещиться новая история, например, история рождения первой уральской антисоветской книги, написанной сыном первого секретаря обкома партии Владимиром Гусаровым, «Мой папа убил Михоэлса» (издана в 1970 году во Франкфурте, задумана в Молотове)... но молотовской линии литературы не дали раскрыться.

Но вернемся в роковой 1957-й — год переименования Молотова.

Хорошо по себе помню, как раскрылась в моем сознании травматическая лакуна потери имени, она совпала с периодом пубертации, потому углубилась; и, как в самом начале новой эры, подростком я стал осваиваться с новым пермским глоссарием и стал обживать не ближнее, посттимуровское пространство города, а самое дальнее — берега Пермского периода, шаги игуанодонов, щиты трицератопсов, охоту плезиозавров в волнах океана.

Вот где отныне исток моего краеведения, вот где импульс мифологии, после которой моими настольными книжками стали «Земля Санникова» Обручева и «Таинственный мир» Конан-Дойля.

Думаю, что в этой палеонтологической дали скрыт еще один пласт пермской литературы, увы, пока никем не написанной.

Если говорить о себе, в Молотове я в восемь-девять лет стал сочинять политическую сказку в духе радиопостановки «Три толстяка». Самой книжки Юрия Олеши достать не мог, но с отменой Молотова завяз и с началом Перми затею оставил. Как теперь понимаю — устыдился политики.

С возвращением Перми, например, прочнее стала пастернаковская матрица: Юрятин, Люверс, Живаго. Но зато погасла страна Аркадия Гайдара. Помню, как в начальной школе (в Молотове) мы были тимуровцами, и как через пару лет (в Перми) тимуровское движение куда-то вдруг испарилось. Имя, конечно, навязывает жителям и месту свою особую психофизику. Мужское имя Молотов, ОН, Единица, имя-псевдоним, имя мускулинное, имя фаллическое, казалось бы, на этом контрасте имя женского рода Пермь — ОНА (а порой и ОНО) — слишком отдельное, но на метафизическом уровне они слитны.

Недаром юных пермяков в южных пионерлагерях дразнили — пардон — «спермяками». Это медленное сонорное истекание зачаточной магмы из фаллической единицы таит в себе еще до конца не понятый и не разгаданный нами смысл.

Молотов удлиняется и умиротворяется в имени «Пермь».

Пермь — это и есть разлитый в пространстве огнеопасный молотовский коктейль, жидкостная бомба замедленного действия. Эта сексуальная, оплодотворяющая подкладка в сочетании «Молотов-коктейль», конечно, есть. И нам, литераторам, филологам, краеоведам, культурологам этот эротический аспект молотовских эманаций, растворенных в имени «Пермь», надо учитывать.

Молотов — это Отец, а Пермь — ни дочь и ни сын. ОНО. Гермафродит. Молотов — это искусственная рукотворная Гора (наковальня), а Пермь — низ, яма, вода, чрево, пустота. Но — парадокс — затопив гору, поглотив огонь кузни — через пироманию, Пермь становится Пирамидой.

Молотов — имя искусственное, данное свыше (так Бог назвал Израиль — «место твое есть святая земля»), а Пермь — имя историческое, родовое, низовое, материнское. В союзе этих имен видна явная эротика, соитие. А поглощение Пермью Молотова можно еще трактовать и как состояние беременности — чем? — молотом. Состояние вызревания оружия. Короче, герменевтика молотовско-пермского текста неисчерпаема.

В заключение перейдем к чистой метафизике.

Символика слова «Молот» раскрывается попеременно в двух аспектах. С одной стороны, это прочность орудия, кузнечный молот Гефеста, с другой стороны, это удар молота по материалу, по раскаленной основе. То есть молот наделен даром творить. В этом аспектековки, выковывания, творения, одаривания звуком проступает скрытый аспект еще одной сущности, связанной с молотом, — речь об инверсии. О таком состоянии бытия, когда в акте творения совершается взаимопожертвование. В смерти от молота — начало рождения новой вещи, на наковальне противоположности соединяются и переходят друг в друга,ковка связана с родами вещи. Тут то, что создано, разрушается и меняет свой вектор, черное становится белым, высокое — низким, и наоборот. И чем ужасней участь жертвы на наковальне, тем прочней вещество претворения.

В молоте скрыты и жертва, и метаморфозы; от удара пчела превращается в мед, гнев — в тишину, немота — в крики, удар обрастает искрами света, расплюснутая буква становится громким словом оратора. Каждый удар — это новый человек.

Вот почему псевдоним «Молотов» выбрал молодой большевик в качестве партийного имени: ударом кующего имени он расплющил ярмо прежнего рабства в имени Скрыбин. Скрыбин — рука нищего, скребком снующая по сусекам, Молотов — кующее ковокое имя вождя, взявшего в руки оружие кузнеца, гнев пролетариата. Самое марксистское имя. Молот и Сталь — два вождя красной планеты. В Молотове ковалось оружие победы над фашизмом: мотор М-82 Швецова для истребителей. Они — ястребки — решили исход Сталинградской битвы. Молотов был главным поставщиком пороха, бомб, торпед и снарядов на протяжении всей войны.

Какое же слово рождается в мощных ударах кующего молота?

Попробуем его разгадать, обратившись к символике Каббалы.

Из всех букв еврейского алфавита молот больше всего похож на 7 «заин», но искры, летящие от ударов молота, добавляют к «заин» штрих, после чего наш молот превращается в букву л «тав».

«Тав» — последняя, 22-я, буква еврейского алфавита.

В понимании иудейских мистиков «тав» означает отпечаток, который вера в Бога оставляет на человеке. «Тав» — это сверхсознательный опыт, или Тайна. Тень этой Тайны — знак, код, отпечаток. Только через отпечаток, оттиск — тавро! — связывается в единую цепь поколение за поколением.

То есть, с точки зрения Каббалы, именно в МОЛОТОВЕ — в сакральном месте выделявания оттисков — была выкована победа над МОЛОХОМ войны (Сталин осенью 1941 года позвонил в Молотов Николаю Гусарову, первому секретарю Молотовского обкома, и сказал: «В ваших руках судьба Москвы»). А искры от молота — образы духовного начала, рождающего каждого индивида, души, которые рассеиваются из центра наружу, во внешний мир.

Суммируя эти аспекты, можно предположить, что в ударах кующего молота рождается слово ЦЕНТР.

Вот еще почему такой драмой стало возвращение в китовое чрево Перми, смысл которой: окраина, даль мира, брюхо, Биармия. Финно-угорское Пера Маа — «дальняя земля» в отличие от земли ближней (Карелия, например).

Бывший центр — пуп земли — стал провинцией, захолустьем, окраиной мира.

После того как Молотов-Иона затворился в китовом брюхе Перми, состояние нашей пермской ментальности перешло в новую фазу, фазу БЕРЕМЕНИ. Это тревожное, неустойчивое, даже в чем-то мучительное состояние для пермской культуры, для пермской мысли, для пермской души. Оно нуждается в разрешении, в родах молота. Один из путей выхода из этого состояния видится в проявлении молотовского текста, молотовских реалий в пространстве города. Это могло бы быть создание парка молотовского периода, памятник молотовскому коктейлю, наконец. Расширение и прирастание пермского текста богатейшим символическим текстом от Молотова пойдет на пользу всему культурному сообществу края и, в конце концов, обогатит современную российскую культуру.

**Владимир Васильевич
АБАШЕВ**

Доктор филологических наук,
профессор Пермского университета,
директор пермского общественного
фонда культуры «Юрятин»
(Пермь)

> НЕОСЯЗАЕМОЕ
ТЕЛО ГОРОДА.
ОПЫТ РАБОТЫ
СО СМЫСЛОМ >

Фигурально говоря, предлагается тотальный евроремонт с его культом гладких поверхностей и симуляционных эффектов. Тщательно заполняются и выравниваются заподлицо все впадины, щели и трещины, сглаживаются шероховатости и щербинки, спрямляется кривизна городского пространства — все те места, за которые цепляется и в которых скапливается история. Город-память стирается евроремонтом. Конечно, город становится более удобным и комфортным для функционирования: работы, передвижения, отдыха. Но, теряя шероховатую историческую текстуру, становится ли он более удобным для жизни в полном объеме ее потребностей и желаний?

Любой исторический город — это аккумулятор памяти, личной, исторической, литературной, мифологической. Город-память, город-смысл. Я буду говорить именно об этом аспекте города и о культурных практиках, направленных на работу с памятью города, со смысловыми структурами памяти. На фоне обсуждения актуальных технологий работы с городским пространством (public art, флеш-мобы и т. п.) то, о чем пойдет речь, будет выглядеть, возможно, банальным. Тем более что я начну с размышлений о городской экскурсии. Думаю, у большинства слово «экскурсия» автоматически вызывает представление о чем-то школьном, поучительном и скучном. «Дети, перед нами типичный городской особняк первой трети XIX столетия, построенный в стиле классицизма архитектором И. И. Свиязовым», что-то в этом роде. Рискнем все же поразмышлять об этой традиционной, почти музейной и тяготеющей к ретроспекции культурной практике освоения городского пространства, и не столько в общем плане, сколько применительно к Перми.

К теме меня подтолкнул хоть и небольшой, но лично пережитый опыт экскурсовода. Так случилось, что в 2008 году мне несколько раз пришлось показывать Пермь самым разнообразным по составу группам гостей из других городов России, а также из Великобритании, Швейцарии, Голландии и даже Бразилии. И тут я первый раз столкнулся на практике с проблемой, знакомой мне до того только теоретически: что показывать?

Отвечая на этот вопрос, я предлагаю совершить не-большой экскурс в историю и символику нашего города.

Где-то на берегу Камы на территории Мотовилихинских заводов под землей таится грандиозный артефакт, памятник эпохи индустриализма. Это усеченная чугунная пирамида с основанием 5 на 5 метров и высотой 4 метра. 630 тонн литого черного чугуна опираются на фундамент из каменных блоков. Мощным столбом фундамент уходит вниз на глубину 12 метров, опускаясь далеко ниже уровня близкой реки. Подземная чугунная пирамида на каменном столпе — это шабот, или стул парового молота. Исполинский молот с ударом в 150 тонн был создан для проковки

стальных болванок для пушечных стволов больших калибров. Когда-то он был самым мощным в мире. Его спроектировал и построил горный инженер Николай Воронцов, первый директор пермских пушечных заводов. В конце XIX — начале XX века каждый приезжающий издалека в Пермь считал своим долгом съездить в Мотовилиху и посмотреть на знаменитый молот. Больше смотреть было нечего.

Вообще-то, сооружение молота, а он был пущен в ход в 1875 году, можно считать поворотным моментом в истории города. Поворотным и исторически, и символически. Тихий полусонный губернский центр, почти лишенный промышленности и, в отличие от Екатеринбурга, имевший только административное значение, под удары этого чудо-молота стал превращаться в индустриальный город и мало-помалу приобрел тот самый характер и облик, который имеет сейчас. В каком-то смысле уже тогда Пермь стала превращаться в Молотов, и ее формальное переименование в 1940 году в символическом плане не выглядит случайным. Случаен, скорее, кстати подвернувшийся В. М. Молотов как повод для именованья.

Важно вот еще что. В рыхлой чиновничьей и мещанской среде пермского сообщества этот молот выковал пассионарную социальную группу мотовилихинских рабочих. В 1905 году они строили баррикады, а в 1917-м начали строить новый мир. В этот мир они, кстати, захватили свой молот. В 1920 году на горе Вышка мотовилихинцы поставили памятник борцам революции. Памятник воспроизвел очертания знаменитого молота, то есть, по существу, стал его копией. В тело молота строители замуровали артиллерийский снаряд с прахом участника восстания 1905 года Степана Звонарева. Вплоть до 1975 года у подножия монумента хоронили уходящих один за другим из жизни участников мотовилихинского восстания. Мемориал с муляжом молота в центре стал сакральным местом советской Перми. Здесь принимали в пионеры и в комсомол, проводили торжественные митинги по памятным датам. В 1969 году очертания молота переместились на советский городской герб. Так мотовилихинский молот стал главным и емким символом советской Перми.

Между тем подлинный молот демонтировали еще в начале 1920-х годов, взамен его остался муляж — монумент на Вышке. Единственная подлинная часть — чугунный шабот на каменном столпе — осталась под землей. За неподъемностью. Можно представить, как эта невероятная инженерная конструкция медленно, по сантиметру в год, опускается в земные глубины. Картина завораживающая.

Пожалуй, подземная чугунная пирамида — одна из главных достопримечательностей Перми. Памятник индустриальной эпохи с ее тягой к механическому циклопизму и ее вершинами в виде башни Эйфеля и грандиозного моста «Золотые Ворота» (Golden Gate Bridge). Но особенность пермского памятника в том, что его никто никогда не видел. Артефакт существует, но показать его нельзя. Точно так же нельзя показать пермский период и даже пермский звериный стиль: его визуальная сторона многократно беднее его смысла.

Словом, ситуацию с пирамидой можно рассматривать как модельную для Перми: стертость плана выражения при богатстве плана содержания, смысла. Когда попадаешь в роль экскурсовода, сразу же сталкиваешься с вопросом, что показать, и оказывается, что показывать особенно нечего. В Перми, например, нет ни одного архитектурного сооружения или ансамбля, которые говорили бы сами за себя, визуальность которых была бы самодостаточной и самоочевидно выразительной — смотри и изумляйся. Все архитектурные стили вроде бы представлены, но в стертых, вторичных и почти обезличенных репликах. Есть классицизм, есть эклектика, есть модерн, есть конструктивизм, но все это в очень, как бы сказать, экономных и тривиальных вариантах. Самым визуально впечатляющим в городе оказывается скорее не городское, а природное. Вид на Каму с Соборной площади. Или речные долины, дикие овраги Егошихи и Данилихи.

Но если в Перми нечего показывать, то о ней можно много, вкусно и, при умении, захватывающе интересно рассказывать. Можно было бы сказать, что это не исключительно пермская особенность. Можно сослаться на общую визуальную стертость многих других провинциальных городов.

Отчасти это так. Но дело в том, в какой степени выражено это противоречие между планами содержания и выражения, видом и смыслом города. Про Екатеринбург нельзя сказать, что там нечего показывать.

Что касается Перми, то она оказывается городом более вербальным, нежели визуальным. Пермь надо рассказывать, и это ее существенная особенность. Чем-чем, а качеством и количеством самописаний Пермь действительно выделяется из ряда других провинциальных городов. Уже в начале XIX века в рамках проекта Императорского вольного экономического общества директор пермской гимназии Н. С. Попов представил описание Пермской губернии, о котором говорили, что качеством и полнотой оно превосходит другие губернские описания. В 1809 году в предисловии ко второму изданию труда Попова специально было замечено, что в сравнении с ранее изданными описаниями Астраханской и Кавказской губерний описание Пермской представляется «гораздо обширнейшим»¹. Ровно через 200 лет в Перми предпринимается издание 12-томной серии книг с характерным названием «Пермь как текст». И это издание в своем роде, по замыслу, обещает быть уникальным. Пермская библиотека задумана как «обширнейшее» исследование смысла Перми, пермскости.

В предисловии к труду Попова есть замечательная в своем роде характеристика Пермской губернии. «По местонахождению своему» она «не предоставляет тех приятных, плодоносных и всегдашне весною украшенных мест и предметов, каковы *видны* (здесь и далее курсив наш — А. В.)» в губерниях «полуденных», Астраханской и Кавказской. Но зато «по богатству своих произведений и по важности своей промышленности гораздо более *занимательна*, а по величественным исходам своих едва проницаемых

> 1. *Хозяйственное описание Пермской губернии по гражданскому и естественному ее состоянию в отношении к земледелию, многочисленным рудным заводам, промышленности и домоводству, сочинённое по начертанию Императорского Вольного Экономического общества высочайше одобренному и тщанием и ижедением оного общества изданное. СПб., 1811. Ч. I. С. 3.*

сокровищ, непрерывными цепями гор защищаемых, и по своим обширным лесам, изобилующим полезными зверями, *несравненно поразительнее как для ума, так и для воображения*²». Замечательно, что здесь отчетливо зафиксировано то, о чем мы толкуем: противопоставление визуальной полноты (*видны*) и скрытого (*едва проникаемых*) в глубине богатства. Уже старинные авторы говорят о Перми в терминах нарратива: Пермь поразительна для ума и воображения и занимательна для рассказа. Очень точно.

Поэтому реальная, вне воображения и рассказа, встреча с Пермью нередко приносит разочарование. Воображаемое о Перми оказывается несравненно богаче той бедной и стертой фактуры, которая открывается перед глазами. Конечно, мотив знакомый и общенациональный: «не поймет и не заметит чуждый взор иноплеменный, что сквозит и тайно светит в красоте твоей смиренной». Но дело в степени выраженности и в концентрированности противопоставления видимого и скрытого, поверхности и глубины. В случае Перми оно становится градообразующим. И уникальный механизм работы этого противоречия понятен. Он коренится в акте имянаречения города. При рождении город-новостройка получил древнее имя с богатой историей и мифологией, имя обширной земли, и город усвоил себе мифологию и историю имени. Отсюда и развивается то напряженное соотношение видимого и скрытого в городском пространстве, которое так характерно для Перми.

Именно поэтому так актуальна для нашего города экскурсия, как уникальная культурная практика, объединяющая вербальный нарратив с физическим действием — передвижением в пространстве города. Пермь надо рассказывать, раскрывать в слове и разыгрывать в движении по городу. Городская экскурсия — одна из самых демократичных и емких по аудитории культурных практик не только

> 2. *Хозяйственное описание Пермской губернии по гражданскому и естественному ее состоянию в отношении к земледелию, многочисленным рудным заводам, промышленности и домоводству, сочинённое по начертанию Императорского Вольного Экономического общества высочайше одобренному и тщанием и изданием оного общества изданное. СПб., 1811. Ч. I. С. 3.*

освоения, но и смысловой реструктуризации городского пространства. Но для того чтобы экскурсия раскрыла свой креативный потенциал, нужна новая идеология и новая технология экскурсии и экскурсионного дела.

Что касается идеологии, то я вижу ряд следующих, требующих разработки моментов.

Во-первых, нуждается в переосмыслении подход к определению целевых аудиторий экскурсии. Сегодня экскурсия по городу рассматривается преимущественно как продукт для гостей, для тех, кто приезжает в город из других мест и нуждается в общем знакомстве с ним. Между тем важным и требующим особой заботы адресатом экскурсий должны стать жители города. И потенциал аудитории экскурсии, обращенной к горожанам, огромен, начиная от учащихся средней школы и кончая семейным воскресным отдыхом. В этом сегменте пользователей экскурсия может стать существенным фактором консолидации городского сообщества на основе знания и понимания места своей жизни. И конечно, понятая как практическое городоведение экскурсия должна войти в инструментарий обучения в системе школьного образования.

Во-вторых, в переосмыслении нуждается сам предмет экскурсии — о чем она? И здесь нужен переход от факта к смыслу, от констатации и названия к свободной интерпретации, от традиционного краеведения к герменевтике города, от бедной поверхности в богатую смыслами глубину. Экскурсия, обращенная к горожанам, к тем, для кого город — привычная среда повседневного существования, должна открыть неизвестное и захватывающе интересное в том, что пригляделось и кажется самым обыкновенным. Тактика так понятой экскурсии — открывать занимательные истории и глубинные смыслы в привычном, примелькавшемся, превращать знакомое пространство в загадочное. Так понятая экскурсия — это приключение и поиск в смысловом пространстве города. Так понятая экскурсия — это акт коллективного чтения захватывающего городского романа. Одна лишь иллюстрация. Так называемый Дом чекистов (построен в 1934 году) по Сибирской улице с архитектурной точки зрения мало что из себя представляет. Неплохой образец конструктивизма, но в других местах есть гораздо лучше.

Да и разговор о конструктивизме интересен не слишком обширной аудитории. Но зато какой выход в большую историю для простого горожанина откроется, если он представит истории этого пермского «дома на набережной». Как в октябре 1941 года в пятикомнатной квартире на последнем этаже в три часа ночи раздался телефонный звонок. Как вытянувшийся по стойке «смирно» первый секретарь Молотовского обкома партии слушал знакомый глуховатый голос: «Товарищ Гусаров, в ваших руках — судьба Москвы». Как, не в силах уснуть, первый секретарь до утра бродил по громадной квартире, повторяя, как молитву, услышанную фразу. И как заработали после этого ночного разговора пермские военные заводы.

В-третьих, необходимо максимально использовать перформативный потенциал экскурсии, заложенный в ее структурных особенностях. В своем роде экскурсия, как культурная практика освоения городского пространства, действительно уникальна. В экскурсии органично соединяется тактильное, телесное переживание города с его интеллектуальным исследованием, соединяются рассказ о городе и физическое движение в городском пространстве. В определенном смысле любая экскурсия — это совместное действие, спектакль, перформанс, а экскурсовод, соответственно, — режиссер непрерывно и порой непредсказуемо развивающегося действия. Деятельностная природа экскурсии определяет особенность экскурсионного нарратива. В нем есть перформативный потенциал. Иначе говоря, экскурсия не только открывает смысловую реальность города, но и творит ее, создавая новые структуры смысла.

Главная технологическая проблема, вытекающая из предложенного концептуального подхода к экскурсии, — исполнители, кадры. Кто будет делать такие, креативные и акционистские, экскурсии? И кто будет учить искусству городской экскурсии? Сегодня профессия экскурсовода не относится к числу востребованных и престижных, и имеющиеся места заполнены людьми более или менее случайными. Системы целенаправленной подготовки экскурсоводов тоже пока не существует. В рамках подготовки

по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» в Пермском университете, насколько известно, теории и практике организации экскурсий специального внимания не уделяется.

В ближайшее время выход пока один. В экскурсионную сферу должны входить творческие люди, занимающиеся инициативным менеджментом городской культуры в уже существующих общественных организациях. Надо создавать прецеденты, воодушевляющие примеры креативных экскурсий, предлагать экскурсионные программы школам. В этом направлении и предполагает в ближайшей перспективе поработать фонд «Юртин». И второе. Необходимо создавать новые тексты экскурсий. Почин в этом направлении сделан. В 2005 году фонд выпустил книгу «В поисках Юртина» (2005). Это книга прогулок по городу, в которых широко использована не только привычная краеведческая фактография, но и городская мифология, а главное — реализовано видение города как подвижной смысловой структуры. Книга создала прецедент. Теперь жанр городской прогулки вошел в пермскую журналистику. Но это только начало, первые пробы. Нужно писать новые путеводители, создавать корпус текстов, популярно и занимательно открывающих город, открывающих еще неизвестную пермякам Пермь — город со смыслом. Так для каждого горожанина открывается поле повседневных культурных практик, он учится читать город самостоятельно, углубляя пространство личной памяти до пластов памяти исторической и мифологической. И это путь к консолидации городского сообщества.

Здесь мы переходим на новый уровень культурной практики в пространстве городских смысловых структур. Это практика активного конструирования и укоренения смысловых структур. Речь, конечно, не идет о произвольном и безответственном фантазировании на темы городской мифологии. Речь о другом. Мы говорим о том, как проявлять и развивать латентные, забытые или еще не осознанные, но реальные, укорененные в истории и ландшафте структуры памяти, а далее — закреплять их в городском пространстве, расставляя в нем материальные носители этой памяти.

Сужая тему проявления и формирования новых смысловых структур в памяти города, я остановлюсь лишь на роли литературных мифологий. Значение (в том числе экономическое) этих мифологий и мест литературной памяти для города общеизвестно. Нередко литературные места становятся центрами туристического паломничества и, соответственно, существенным источником для жизни территорий³.

У Перми здесь есть свои, хоть и скромные, возможности. По крайней мере, в жизни двух писателей с мировыми именами Пермь оставила след, а они — своим творчеством — след в истории Перми. Это Антон Павлович Чехов и Борис Пастернак, с литературными мифами, которые можно условно обозначить как «Пермь — город трех сестер» и «Пермь — город доктора Живаго». Не углубляясь в детали (для этого есть специальная литература), отметим, что и тот, и другой мифы не эфемерны, а имеют под собой реальную биографическую и творческую основу⁴.

В качестве примера остановимся на эксперименте по формированию пастернаковского слоя в памяти города, поскольку восстановление этого следа, его проявление и закрепление — это разворачивающийся, и, кажется, небезуспешно, проект фонда «Юртин». Собственно говоря, об идее восстановления пастернаковской памяти в Перми местные журналисты впервые заговорили в конце 1980-х⁵ годов, а с публикацией в России романа «Доктор Живаго»

- > 3. Гнедовский В. М., Аверченкова С. В., Гнедовский М. Б. *Капитализируя гений места и дух времени: Стратфорд на Эйвоне Веймар Ясная Поляна: культурное наследие как фактор устойчивого регионального развития.* Тула, 2008.
4. См., например: Гладышев В. Ф. Чехов и Пермь. *Легенда о трех сестрах.* Пермь, 2008; Абашев В. В. *Пермские реалии в произведениях Бориса Пастернака* — «Любовь пространства...» *Поэтика места в творчестве Бориса Пастернака.* М., 2008. С. 375 — 400; Абашев В. В. *Раскованный голос. Всеволодо-Вильва в судьбе Бориса Пастернака* // *Всеволодо-Вильва на перекрестке русской культуры.* СПб., 2008. С. 228 — 255.
5. Бубнов В. М., Могилениских Л. «Глухая пора листопада...» // *Звезда.* 1987. 30 окт.

гипотетическое сближение Перми и Юрятина стало более или менее расхожим в гуманитарной среде города. Общественный фонд культуры «Юрятин», созданный университетскими филологами в 1994 году, своим названием эту идею закреплял.

Но системная работа по проявлению и формированию пастернаковского слоя городской памяти началась в 2005 году и достигла нужной степени интенсивности в 2006 году в связи с 90-летием со времени приезда Пастернака в Пермскую губернию. К этому времени нам удалось убедить органы управления культурой в перспективности этого направления. Проект под общим названием «Пермский период Бориса Пастернака» был поддержан Министерством культуры Пермского края. Проект включал в себя как исследовательскую, так и издательскую и популяризаторскую работу, массовые общественные акции. В 2006 году была проведена масштабная международная конференция, посвященная творчеству Пастернака, на которую в Пермь приехали ведущие специалисты по творчеству Пастернака из США, Италии, Нидерландов, Швеции, Польши, Франции, крупнейшие российские ученые, включая сына поэта Е. Б. Пастернака. Без преувеличений, гуманитарных конференций такого масштаба в Перми до этого не бывало. Возможность впервые побывать в местах жизни Пастернака на Урале стала бесспорным аргументом для приезда крупнейших ученых на конференцию. Этот форум сыграл важнейшую роль. В сознании мирового экспертного сообщества было легитимизировано понимание «пермского периода» как одного из важнейших этапов в творческой биографии Пастернака, во-первых. Произошло отождествление уральских топосов лирики и прозы Пастернака с реальными местами Пермского края, во-вторых.

Последовавшая публикация материалов конференции и отдельных исследовательских статей в отечественных и зарубежных, как научных, так и популярных изданиях окончательно утвердила концепцию «пермского периода» и его значения в творчестве Пастернака в экспертном сообществе. На сегодняшний момент ее можно считать

общепризнанной. Любопытный штрих в подтверждение сказанного. Одно из пермских сообществ, сопротивляющихся признанию пастернаковской темы из своеобразного местного патриотизма, — некоторые члены местного Союза писателей России. Летом 2008 года достаточно известный пермский поэт обратился за поддержкой в газету «Литературная Россия», считающуюся традиционалистской. В своем письме он разразился дежурной филиппикой в адрес пермских филологов, которые-де «упорно тянут Бориса Пастернака за уши из Переделкина (где он прожил почти всю жизнь) в Пермь (где он был проездом)», тогда как пермякам следует гордиться, ну, например, Василием Каменским. Редакционный комментарий к публикации письма был подобен холодному душу. «Пермский период в жизни Пастернака, подчеркнула газета как нечто общеизвестное, — оказал громаднейшее влияние на судьбу писателя. Чтобы убедиться в этом, достаточно прочитать «Доктора Живаго», где прототипом одного из главных мест действия романа — города Юртына — является Пермь. Не понимать этого значит не понимать ни Пастернака, ни роли биографии в писательской судьбе. Вклад пермской филологической школы в пастернаковедение огромен, и за это ей надо сказать огромное спасибо, а не предаваться мелочному порицательству»⁶. Собственно, это и следовало доказать.

По мере развития проекта, после публикаций множества материалов в местных газетах и журналах, после проведения массовых общественно-литературных акций в пастернаковский проект стали включаться силы, участия которых мы не предполагали, по крайней мере, на ранней стадии проекта. Одной из таких неожиданностей стал интерес, проявленный к теме бизнесом. Уже в 2005 году группа пермских предпринимателей открыла ресторан «Живаго», в дворике которого был установлен бюст поэта, а в библиотеке (один из залов ресторана) представлены многочисленные издания романа. В самом конце 2006 года на сцене Пермского театра

> 6. Кто нужней Перми — Б. Пастернак или В. Каменский?
// Литературная Россия. 2008. 25 июля.

драмы состоялась премьера мюзикла «Доктор Живаго», ставшего одной из самых успешных постановок театра, пользующихся популярностью у зрителей.

Словом, пастернаковский слой в памяти Перми в ходе трехлетней реализации проекта «Пермский период Бориса Пастернака» сформирован. И хотя отдельные группы местного творческого сообщества продолжают выступать с критикой исторической основательности проекта, эта критика уже не влияет на ситуацию. Пастернак стал ощутимой и самоочевидной частью смысловой реальности Перми. Сейчас мы вступаем в этап материальной фиксации мифа «Пермь — город доктора Живаго». Смысловая реальность нуждается в материальных знаках присутствия, и постепенно пастернаковская память материализуется в городской среде. Прежде всего, утвердилось отождествление известных мест города с топосами романа. «Дом с фигурами», юртинская читальня, дом Лары — все эти романские места появились на карте города. В репертуаре городских экскурсий появилась экскурсия по пастернаковским местам Перми, разговор о Пастернаке стал одной из обязательных тем обзорных экскурсий по городу. Наконец, градостроительный совет города принял решение об установке памятника Пастернаку.

На очереди вопрос о формировании линии международного культурного туризма, объектом которого станет пастернаковский Урал. Некоторые пермские туроператоры уже анонсируют тур «По следам доктора Живаго», проявляют заинтересованность и западные туроператоры, например российско-французская компания «Царь-вожж». Мы не думаем, что эта линия культурного туризма может стать массовой, но аудитория у нее есть. Это аудитория, сформированная фильмом «Доктор Живаго».

В подтверждение устойчивости стереотипов, сформированных фильмом, приведу свежий пример. В апреле 2009 года в Москве начался эксперимент в рамках проекта «Марс-500». Цель эксперимента — имитация условий полета на Марс. Участникам проекта было разрешено взять с собой в испытательный комплекс только по две любимых вещи. Немецкий участник эксперимента 28-летний офицер Бундесвера Оливер Кникель (Oliver Knickel) остановил

свой выбор на романе Пастернака «Доктор Живаго» и на живом подсолнухе в горшке. Для тех, кто смотрел фильм Дэвида Лина, понятно, что подсолнух — это приложение к роману. В фильме горшок с цветущим подсолнухом стоит на подоконнике в комнате Лары. Молодой немецкий летчик тем самым демонстрирует свою любовь к России и загадочной русской душе. Из всего арсенала возможных символов он взял именно эти, потому что в западной массовой культуре «Доктор Живаго» воспринимается как наиболее поэтический символ России. Так что если нам удастся довести миф «Пермь — город доктора Живаго» до уровня стереотипа, туристические перспективы у нашей программы есть.

Рассказывая о культурных практиках работы со смысловой сферой города, его логосферой, я выделил два принципиально важных подхода. Первый — практика герменевтики города, одним из эффективных инструментов которой является креативная экскурсия. В практике экскурсий мы погружаемся в смысловую сферу города, не только пассивно понимая ее, но и каждый раз по-новому ее структурируя, утверждая все новые и новые подвижные структуры смысла. Понимание неразрывно связано с творчеством, созданием новых смыслов. Поэтому практики герменевтики города естественно дополняют практики активного и целенаправленного формирования смысловых структур — мифов и легенд города. Так мы создаем новые объекты для герменевтики. Главное, чтобы мифы города не были эфемерными, а органично выростали из истории и символики города. Имели фундамент — такой же основательный, как фундамент подземной пирамиды.

Последний вопрос, на котором хотелось бы остановиться, принципиально важен: о статусе смысловой реальности города. Что это? Чтобы избежать упреков в «лирике», обратимся к традиционно авторитетным экспертам — физикам, имеющим дело с точными и измеримыми вещами. Нильс Бор показывал Вернеру Гейзенбергу главную достопримечательность Дании — замок Кронборг, известный всему миру как Эльсинор, место действия шекспировской трагедии. Гейзенберг записал размышления датского физика. Они как раз по нашей теме — о реальности смысла.

«Не удивительно ли, — задает себе вопрос Нильс Бор, — что замок становится иным, как только представишь, что здесь жил Гамлет? Согласно нашей науке, следовало бы считать замок состоящим из камней <...> Камни, зеленая крыша с ее патиной, деревянная резьба в церкви действительно составляют замок. Во всем этом ровно ничего не меняется, когда мы узнаем, что здесь жил Гамлет, и, тем не менее, он вдруг становится другим замком. Стены и крепостные валы сразу начинают говорить другим языком. Двор замка становится целым миром, темный закоулок напоминает о мраке человеческой души, мы слышим вопрос: «Быть или не быть?» По сути дела, мы почти ничего не знаем о Гамлете. Только одна краткая запись в хронике XIII века содержит как будто упоминание имени «Гамлет». Никто не может доказать, что он действительно существовал, не говоря уж о том, жил ли он в этом замке. Но каждый из нас знает, какие вопросы связал Шекспир с этим образом, какие бездны он при этом осветил, так что созданный им образ должен был получить место на земле, и он нашел себе место здесь, в Кронборге. Но как только мы об этом узнаем, Кронборг становится вдруг другим замком»⁷.

Это замечательное размышление содержит в себе набросок целой философии смысла, мы подчеркнем лишь два момента. Первый — утверждение несомненной переживаемой реальности сферы смысла. Второй — ясное понимание, что она активна. Смысл перестраивает, преображает физическую реальность: все становится иным, как только мы входим в сферу смысла. Наконец, смыслу нужен материальный знак, носитель: созданный Шекспиром образ «должен был получить место на земле, и он нашел себе место».

Переходя теперь к вопросу о статусе смысловой реальности как аспекта городской среды, мы становимся перед проблемой ее правовой легитимизации. Такие возможности открывает принятая ЮНЕСКО в 2003 году «Международная конвенция об охране нематериального культурного

> 7. Гейзенберг В. *Физика и философия. Часть и целое*. М., 1989. С. 181.

наследия» (2003). Она ратифицирована уже десятками стран, и законы об охране нематериального культурного наследия начинают приниматься в российских регионах⁸. Надо сказать, что пока понимание «нематериального наследия» носит ограниченный характер. Этим понятием, как правило, охватывают сферу традиционного и локального искусства — исполнительские искусства, обычаи, обряды, народные праздники, знания и навыки, связанные с традиционными ремеслами.

Ясно, что при такой трактовке из сферы действия конвенции выпадают принципиально важные аспекты культуры больших городов — структурных памяти, их мифы. Но сам дух конвенции ЮНЕСКО с необходимостью движет нас к расширению понятия «нематериальное культурное наследие». Кстати, русский перевод этого понятия не учитывает нюансы английского варианта: «Intangible Cultural Heritage». Принято переводить «intangible» как *нематериальное*, но в этом случае утрачивается принципиально важные оттенки понятия, которые ясно читаются в дополнительных словарных значениях: *неосязаемый, неуловимый, непостижимый*; или: *нечто неуловимое, непостижимое*. Ведь в русском языке *нематериальный* — это как бы вовсе не существующий или, по крайней мере, сомнительный в своей существенности. Тогда как *неосязаемое* — это нечто существующее, несомненно реальное, но лишь недоступное для банальных инструментов восприятия. *Неосязаемое* нельзя пощупать, но можно почувствовать, пережить.

Сфера смысла, память города — это его неосязаемое наследие. Она в такой же мере нуждается в охране, как материальные памятники истории и культуры. Лишь техника их защиты иная.

Логика технократического подхода к организации города ведет к унификации городского пространства, стирает его

> 8. Впервые в России закон «О регулировании отношений в области развития нематериального культурного наследия» принял парламент Республики Алтай в конце 2008 года. Закон вступает в силу с 1 января 2009 года.

микротопику. Фигурально говоря, предлагается тотальный евроремонт с его культом гладких поверхностей и симуляционных эффектов. Выглаживается фактура: сайдинг, массивы тонированного зеркального стекла, полированный металл, бликующие керамогранитом плоскости, серийный хай-тек и такое же серийное ретро интерьеров офисов, ресторанов, кафе, клубов. Тщательно заполняются и выравниваются заподлицо все впадины, щели и трещины, выводятся углы, сглаживаются шероховатости и щербинки, спрямляется кривизна городского пространства — все те места, за которые цепляется и в которых скапливается история. Город-память стирается евроремонтом. Конечно, город становится более удобным и комфортным для функционирования: работы, передвижения, отдыха. Но, теряя шероховатую историческую текстуру, становится ли он более удобным для жизни в полном объеме ее потребностей и желаний?

**Сергей Леонидович
КРОПОТОВ**

Доктор философских наук, профессор,
ректор Екатеринбургской академии
современного искусства
(Екатеринбург)

**> ЛОКАЛЬНЫЙ
ТЕКСТ КАК
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ
ТЕХНОЛОГИЯ
СИМВОЛИЧЕСКОЙ
РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ
СТАРОПРОМЫШЛЕННОЙ
ТЕРРИТОРИИ >**

Пишущий на региональные темы человек не только вовлечен в процесс символического освоения территории, превращения в капитал ее разнообразных ресурсов. Вольно или невольно он включается в политические отношения, поскольку занимается не просто самовыражением. Своими репрезентациями местных особенностей автор символически легитимизирует отношения господства и подчинения, реализуемые путем взимания ренты с природных богатств.

А почему они не ходили к реке?
Они боялись водоворотов
и строжней, ветра и волн,
омутов и глубинных трав.
А может быть, реки просто
не было? Может быть.
Но как же она называлась?
Река называлась.

Саша Соколов
«Школа для дураков»

Удачное позиционирование Перми на IV региональном экономическом форуме (2008) как «нового метрополиса — города, который выбирают» — случай достаточно яркий, хотя и вполне типичный для ситуации бурного расцвета, точнее, «парада регионализмов». Это далеко не первый взлет регионализма в мире, но сегодня уже говорят о «новом регионализме». Территории пытаются позиционировать себя в условиях все более жесткой конкуренции. Внутри регионов локомотивами развития выступают города-миллионники, агломерации, которые наиболее активно концентрируют человеческую энергию и становятся местом сосредоточения всех видов капитала, включая символический, всегда бывший в дефиците в российских областных и краевых центрах. И если самостоятельность регионов усиливается по мере их втягивания в глобализацию, то именно региональные центры выступают субъектами, пытающимися навязать целевым аудиториям свое легитимное видение собственного места в мире современных социальных процессов прежде всего посредством производства культуры, усилив тем самым свою власть над соответствующим полем (экономическим, политическим, социальным, информационным). Стало быть, можно говорить о том, что, как минимум, с десятков городов пытаются показать, что именно они достойны стать лидерами по привлечению инвестиций и людей благодаря успехам своей промышленности. Пермь относится к числу тех немногих, кто с помощью интеллектуальных технологий и символического капитала последовательно добивается, чтобы на нее обращала внимание федеральная власть, чтобы о ней знали за пределами России.

Подчеркнем, что подоплека становления этого «пермского кейса», а попросту — удачного случая, связана с проблемой адекватной современной презентации и продвижением образа города сообществу внутри региона и сообществу вовне. Пермский бренд включает в себя мифологическое или теоретически-идеологическое измерение. И, очевидно, так было всегда. Но важно подчеркнуть, что в этом процессе присутствует такая структура, как феномен идентичности — то, с чем люди, живущие внутри этого региона, могут себя идентифицировать. Это означает, что «представительный образ» региона должен быть таким, чтобы в нем, как в зеркале, часть публики увидела что-то свое. Пока же, по данным местных экспертов, у локального сообщества возникло что-то вроде аллергической реакции на сами понятия «имидж, бренд». Хотя для любителей этнорока, исторического фехтования со всего региона, собиравшихся вот уже в третий раз на чердынском историко-культурном фестивале «Сердце Пармы», «пермские боги и демоны» в версии Алексея Иванова оказались вполне востребованы. Это означает, что индивидуально построенный, легко распознаваемый и на федеральном уровне раскрученный бренд у региона все-таки возник. Но вот какие слои экономики, социальной и культурной жизни предстают в этом новом мифе на всеобщее обозрение, ограничиваются ли они прошлым или связаны с будущим, нам еще предстоит выяснить.

Во внешнем исполнении локальный миф должен вписаться в те позиционные бои, которые ведут между собой крупные города. По мнению британского экономгеографа Питера Тейлора, к первой категории принадлежат альфа-города — мировые города; города второй категории — бета-города — представляют собой региональные центры активности вокруг перераспределения потоков, порождаемых подконтрольными гамма-городами. К этой третьей категории относятся индустриальные промышленные города, живущие добычей и переработкой сырья и ресурсов¹.

➤ 1. Цит. по: Леонов О., Кокшаров А., Быков П. Сити
// Эксперт, 2002. №3. 21 янв. С. 46.

Именно в городах альфа- и бета-групп развивается сервисная экономика, о которой писали очень многие авторы; сошлемся лишь на сравнительно недавние публикации российских авторов — М. Гнедовского, В. Зуева, Т. Абанкиной и др., рассматривающих культуру прежде всего как ресурс социально-экономического развития и источник нового мышления. А для этого надо вписать культурное наследие и актуальное искусство в текущее символическое потребление, сомасштабное семейному кошельку и ментальным горизонтам современных горожан, объединенных негласным сговором в желании превратить культурные ресурсы в товары и услуги, продаваемые «оптом и в розницу». Так, по мнению Т. Абанкиной, «в цивилизации досуга изменяется отношение к роли и функциям организаций культуры. Просветительская модель культуры сменяется так называемой гедонистической концепцией, согласно которой культура должна доставлять удовольствие, развлекать, успокаивать <...> Главное в досуге — раскрепощение творческой энергии»². Социологи (П. Бурдьё, Р. Флорида и др.) также говорят о фактическом формировании аудитории нового типа, интересы которой состоят в «пересечении границ»: «Новые культурные потребители» выбирают все, что может доставить удовольствие: культуру этническую (местную) и мировую, популярную и высокую, традиционную и современную. Сегодня вечером они слушают оперу, завтра идут на рок-концерт или лазерное шоу. Во время отпуска они посещают традиционные музеи и популярные эстрадные представления, выставки современных художников и местные фольклорные праздники. Граница между элитарной и массовой культурой размывается. Современный культурный ресурс очень динамичен. То, что еще вчера было радикальным, сегодня уже становится классикой <...> На современном этапе потребительские рынки насыщены или близки к насыщению, дефицит товаров и услуг давно заменен избытком, значимым является только дефицит желаний <...> Творческие индустрии способны придать процессу потребления дополнительную глубину и длительность, вызывать и поддерживать интерес и желание — через истории,

> 2. Абанкина Т. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга»
// Отечественные записки. 2005. № 4.

легенды и мифы, реплики и сувениры, игру воображения, погружение в прошлое или будущее <...> Экономика желаний, культура и творческие индустрии обуславливают существование друг друга и способствуют взаимному развитию»³.

Провозглашаемая российскими экспертами по вопросам культурной политики и городского развития трактовка синтеза культуры и экономики, технологии проектирования будущего, создания креативного потенциала и управления развитием во все еще не вполне освоенной для провинциальных менеджеров сфере — формировании инновационных потребностей и опережающего культурного предложения — подкрепляется солидным перечнем зарубежных авторитетов и, безусловно, имеет достаточно серьезные основания. Однако «экономика желаний» — это, по сути, метафора, лучше всего отражающая характер изменений, происходящих в индустрии культуры. Это понятие соотносится как с концепцией «цивилизации досуга», предложенной в 1960-70 годы социологом Ж. Дюмазидье для описания коренных изменений в образе жизни, так и с засильем экономического дискурса в западной гуманитарной науке, начавшемся со времен постструктуралистского поворота (Ж.-Ф. Лиотар, Ж. Деррида и др.)⁴.

Поэтому, как бы ни было для стороннего наблюдателя соблазнительно сказать, что «Кама — это река желаний», но пока это большой аванс на будущее, и это, конечно же, не данность, но одна из возможных нереализуемых перспектив. Кто-то возразит, что это еще одна из новых мифологий, реализуемых в креативных городах агентствами развития

- > 3. Там же. См. также: <http://www.strana-oz.ru/print.php?type=article&id=1101&numid=25>. См. также: Толмачев Д. Нас спасут дороги, образование и наука // *Эксперт-Урал*. 2008. №50. С. 38. В интервью речь идет о том, что деньги есть продукт деятельности человеческого духа, а не просто регулятор экономики, вроде крана, который нужно только правильно повернуть: «В отличие от действительных материальных потоков деньги представляют собой **знаки желаний**, устремлений, потребностей конкретных людей, групп людей, государств» (выделено мной — С. К.).
4. См.: Кропотов С. Л. *Экономика текста в неклассической философии искусства* Ницше, Батая, Фуко, Деррида. Екатеринбург, 1999. Гл. 1, § 2. С. 89.

старопромышленных территорий где-то там, на Западе, и постиндустриальная модель изменения отношений рабочего и свободного времени. Вполне вероятно также, что сама концепция капитализации досуга как использования «пространства развития и творческой самореализации личности» для кого-то в российской провинции покажется нерелевантной. Нам представляется, что нынешний кризис традиционных технологических укладов промышленности позволяет актуализировать международный опыт развития творческих индустрий как одну из стратегических линий на приобретение большей устойчивости развития городов за счет привлечения культуры в современном широком смысле как самого восполняемого ресурса. Надо только преодолеть традиционный взгляд на культуру как сферу непроизводительных затрат с неясным социальным продуктом.

Это возможно, если в доставшуюся со времен советской модернизации сферу культуры как организации досуга будет на равных инкорпорирована мощная альтернатива в виде круглосуточно функционирующей «индустрии культуры», совместимой с новыми форматами торговли. А в ней, как известно, граница между сохранением «высоких» ценностей в академическом искусстве вполне проницаема для культуры популярной и открыта для «развлечения и игры с символами»⁵. В рамках «индуст-реальности», по меткому замечанию Э. Тоффлера, развитие промышленности только в духе «твердой» фордовской модели экономики, в основном, использует в качестве ресурса металл, камень, топливо и прочее редкое натуральное сырье. Но когда развитие творческих кластеров бесконечно откладывается на потом, тогда это обрекает нас на жизнь в городе третьей категории. Хотя в Пермском крае есть стихийно складывающийся формат экономики, который связан с творчеством, с креативными индустриями, с выставочной деятельностью и фестивалями, с проектами из сферы культуры, искусства, с созданием музеев, кафе и булочных, который имеют отношение к городу с элементами мирового центра. То есть все то, что

> 5. Княгинин В. Н. *Управление региональным развитием: наука или искусство* // Журнал «60-я параллель». Сургут, 2007. №3.

считалось периферийным для промышленников, все те информационные и, соответственно, презентационные и имиджевые технологии — это все не тяжелая промышленность. Но именно этим сейчас занимаются те страны, которые в XIX веке ставили приоритетом тяжелую промышленность. Понятно, что чем больше любой кризис ударяет именно по таким территориям; тем важнее вторжение искусства и культуры на территорию деградирующих технологических укладов, и, главное, для устойчивости и сбалансированности развития необходима настойчивая концентрация в мегаполисе, как локомотиве структурных изменений, именно тех форм капитала, которые связаны с самыми современными технологическими укладами.

Возьмем в качестве примера цитату из недавно принятого документа «Стратегия социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 г.». В нем говорится о том, что «важнейшей структурной проблемой промышленного комплекса Свердловской области является технологическая многоукладность. В промышленной сфере Свердловской области примерно **34 % производств относятся к 3-му технологическому укладу, 60 % — к 4-му, 5 % — к 5-му и около 1 % — к 6-му.** Преобладающими являются производства **3-го** (железнодорожный транспорт, черная металлургия, деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная промышленность) и **4-го технологических укладов** (органическая химия и полимерные материалы, цветная металлургия, нефтепереработка, приборостроение и точное машиностроение, развитие традиционного ВПК, электронной промышленности)»⁶. Добавим, что там говорится о том, что в монопрофильных населенных пунктах проживает 44 % населения Свердловской области, что из 47 городов 33 монопрофильные (5-е место в России)⁷. В этом же документе речь идет о «зависимости налоговых поступлений от конъюнктуры мировых рынков металлов»⁸ в доходах консолидированного бюджета Свердловской области, которая составила 15,2 %, в том числе в поступлении налога

> 6. *Стратегия социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 г. С. 14, гр. 6, п. 1–2.*
7. *См. там же. С. 14, гр. 5, п. 1–3.*
8. *См. там же. С. 14, гр. 3.*

на прибыль в консолидированный бюджет — 46,9 %, причем в августе, накануне кризиса 2008 года. На это обстоятельство указывается как на один из ограничителей роста.

С небольшой поправкой на некоторую специфику Пермского края — нефть, авиационные двигатели, калийные соли — можно получить схожую социальную и ментальную картину, в которой подавляющее большинство населения края окажется способно идентифицировать себя с унаследованными видами экономической деятельности, сопутствующей им системой ценностей и с пониманием культуры, конечно же, как традиции и наследия. А потому и разброс авторов, создающих локальные пермские тексты, и их дискурсивная принадлежность (эссенциализм как поиск сути места), и метафорика ретроспективного пространственно-временного движения (возвращение к корням) выражают в двух из трех основных тенденций или случаев (кейсов) именно ситуацию плененности наследием. Тенденции же можно условно обозначить как элитарно-ностальгическую, популярно-ретроспективную и социально-критическую. К первой можно отнести круг интеллектуалов, объединенных фигурой замечательного филолога-краеведа В. В. Абашева⁹, ко второй — широко известного писателя А. В. Иванова¹⁰. К третьей можно отнести группу критически настроенных гуманитариев из ПГТУ, в том числе социологов, призывающих изучать реальный город с его проблемами, здесь и сейчас (О. Л. Лейбович, А. Н. Кабацков, О. Д. Козлова, О. А. Смоляк, В. В. Шабанов и др.¹¹).

Тема декодирования желания (этого основного дефицита среди постиндустриального изобилия), его прочтения, объективации или сокрытия, вытеснения, желания персонализированного или объективированного в пространстве края с неизбежностью присутствует, хотя с разной степенью артикуляции, в сублимированной форме у всех этих пермских авторов. Но сами по себе ученые не в меньшей степени, чем писатели, творят мифологию и включены в борьбу

- > 9. Абашев В. В. *Пермь в топике русской культуры // Литература Урала: история и современность. Екатеринбург, 2006.*
10. Иванов А. В. *Город со смыслом // Компаньон Magazine. Пермь, 2008. № 9.*
11. *Городские миры: опыт гуманитарного исследования. Пермь, 2006.*

за символическое освоение ландшафта и увеличение доли постиндустриального сегмента экономики. Даже тогда, когда они думают, что описывают лишь объективные факты и тексты, истории, легенды и мифы, капитализируя игру воображения — самый недооцененный в поздние советские времена ресурс, инсценируя погружение в прошлое или будущее на фестивалях типа «Сердце Пармы» или «Пилорама». Критическая деконструкция, историческая реконструкция, равно как и простая прагматическая ретрансляция локальных мифологем неизбежно позиционируют автора в контексте текущей борьбы за реструктуризацию экономики края. Далее мы рассмотрим некоторые из топологических позиций в описании пермского символического ландшафта.

Среди основных тем пермских текстов выделим три доминирующих:

1. «Парма» или семантически насыщенное пространство, с которым у субъекта выстраиваются интерактивные отношения.

2. Река Кама как принципиально полисемантическое явление может быть прочитана утилитарно-прагматически, как объект эксплуатации в духе индустриальной культуры или же как элемент сети — архаически, но и инновационно, в духе апологии сетевых субъектов и связей.

3. Культурное наследие, трактуемое весьма амбивалентно. Каждый из подходов — через борьбу интерпретаций в текущем политическом контексте — является индексом сложившейся структуры капиталов, симптомом способности или неготовности его носителей к конверсии, сопровождающей неизбежную реструктуризацию технологических укладов.

Есть нечто странное и уж определенно нечто симптоматическое для позиции автора и представляемых им социальных сил в том, как по-разному люди из отмеченных выше тенденций репрезентации Пермского края ценностно относятся к таким основополагающим для формирования и понимания региональной специфики факторам, как ландшафт, река и культурное наследие.

Символическая регионализация Пермского края как уникального места, борьба за определение и переформатирование понимания его специфики приобретают не просто локальное значение. Можно констатировать изменения представлений о нематериальных активах региона, подлежащих

неизбежной капитализации и превращению в ресурс сбалансированного развития, а также попытаться проследить стремительное перемещение маргинальных (пограничных) районов на позиции реперных точек или «пилотных» территорий для инновационного прорыва.

Попытаемся рассмотреть, как символическая репрезентация городов в нарративах места реализуется в двух гуманитарно-географических (точнее, политико-экономических) измерениях: в пространстве многих городов можно зафиксировать **внутреннюю** регионализацию, а между городами и системами пространства на метауровне — регионализацию **внешнюю**, вписывающую место в общенациональный или международный формат.

Согласно британскому урбанисту Т. Холлу культурные системы пространственного воображения представлены в нарративах репрезентации места¹². Это утверждение подчеркивает важность нарратива в написании сценариев новых географий культурного пространства, скажем, Перми или Екатеринбурга, и в возможном совмещении, взаимном наложении конкурирующих культурных географий различных авторских, корпоративных, социально-классовых или национальных систем пространства.

Так, в случае с Екатеринбург трансформация координат городского воображения проявляется, среди прочего, и в эволюции городского герба. Здесь в репрезентации знаковых природных и индустриальных элементов городского культурного наследия действует та же логика **«сокрытия/открытия»** (*enclosure and disclosure*), которую Тим Холл описывает применительно к символической репрезентации мест в Бирмингеме, а другой исследователь истории урбанизации Джон Шорт усматривает диалектику видимого/невидимого в процессе трансформации логотипа г. Сиракузы (США). В последнем случае элементом умолчания в городской эмблеме индустриального XIX века было озеро, вышедшее на авансцену в современной репрезентации города и доминирующее в нем в качестве культурного центра. Исследуя относительную «видимость» некоторых элементов

> 12. Hall T. (Re)Placing the City: Cultural relocation and the city as centre // *Imagining Cities: Scripts, Signs, Memory*. Ed.: by Sallie Westwood and John Williams. L.; N.Y., 1997. P. 204–205.

городской среды, как выстроенной прежде, так и нынешней, Д. Шорт рассматривает попытку властей г. Сиракузы реструктурировать имидж города с загрязненным индустриальным ландшафтом. Воспроизведение двух гражданских логик из разных периодов развития — прошлого и нынешнего — иллюстрирует относительность степеней «отгораживания» и открытости поля зрения для нежелательных или несовременных для господствующего формата капитала элементов. Первый хрестоматийный пример, приведенный из 1848 года, показывает город индустриального капитала, в котором единственно видимыми элементами на эмблеме были фабричные строения с соответствующей индустриальной иконографией (заводские корпуса и трубы). Важно, что озеро не было представлено на логотипе. Нынешняя же эмблема города, напротив, была создана в период радикально иной позиции по отношению к индустриальному капиталу и деформированной им окружающей среде, и вследствие этого элементы, скрываемые и открываемые, радикально отличаются от элементов прежнего логотипа. В современной эмблеме города представлены неиндустриальные элементы, и зеркало озера, отражающее появление «экологического дискурса» (энвайронментализм), заполняет передний план эмблемы, абсолютно энергично открывая все элементы городского окружения (линия небоскребов, символизирующая власть денег, рекреационное пространство городской среды и т. п.). Озеро начинает доминировать как на авансцене городской эмблемы, так и в качестве культурного центра данного места, в то время как вынесению за скобки видимого подлежат структурные элементы промышленного ландшафта. Такого рода презентация города недвусмысленно гласит: «Посмотрите, заводы больше не дымят в Сиракузах, Скреттоне или где бы то ни было еще».

Аналогичным элементом сокрытия, умолчания в раннем гербе Екатеринбурга была река, которую в повседневной жизни невозможно было не заметить. Это была небольшая работающая река, поскольку абсолютно все уральские города-заводы создавались вокруг пруда и плотины, к которой непосредственно примыкал завод. Сегодня город разворачивается к зеркалу пруда, как наиболее выигрышному участку, и к пойме реки Исети. На правом, условно «европейском» берегу пруда ведется строительство

Екатеринбург-Сити, при участии Франции строится отель «Хайят», который будет завершен в 2009 году, когда в городе пройдет встреча глав государств Шанхайской организации «Сотрудничество». Одновременно в постиндустриальный уклад экономики вовлекаются два других больших водоема на западе и востоке города: Верх-Исетский пруд, где строится пирс и прочая инфраструктура для ежегодных международных регат яхт, и озеро Шарташ (там создается торгово-развлекательный «Итальянский квартал» при участии строительных фирм и администрации г. Гелуя).

Итак, в эмблеме Екатеринбурга река, наконец, нашла свое представление в виде узкой горизонтальной волнистой линии, разделяющей поле герба на верхнюю (историческую) и нижнюю (современную) половины. Перемена формулы своей идентичности была достигнута городом в равной степени как использованием материальных, так и развитием символических ресурсов в избирательном «открытии/закрытии» элементов городской окружающей среды. Материальные ресурсы медленно разворачиваются в сторону усилий избавить город от последствий всевозможного промышленного загрязнения и коррозии урбанистической среды, а вот символические ресурсы были организованы для репрезентации города в масс-медиа и посредством продвигающей образ города рекламной и историко-краеведческой литературы. Следствием этого стала внутренняя регионализация города (точнее, смена ее конфигурации, унаследованной с советских времен), формирование новых социокультурных узлов торговых, сервисных и транспортных перекрестков в бывших промышленных «соцгородах», районах.

Эти и приводимые ниже примеры демонстрируют способы, которыми медиадискурсы могут воздействовать на внутреннюю регионализацию мест действия. Археология пространственного знания локального сообщества (в постструктуралистском смысле слова) призвана отслеживать подобные процессы типа символического «открытия/сокрытия» отдельных элементов ландшафта, и потому она чрезвычайно важна при анализе или построении ментальной карты любого города. Элементы, которые скрываются и которые открываются в доминирующих гражданских дискурсах и городских образах, отражают власть и способность действующих субъектов и институций обеспечить

своим любимым образам преимущественное продвижение по сравнению с другими. Процесс этот подразумевает различный доступ к этим дискурсам, определение их правил, сценариев и содержания. Последствия всего этого для различных социальных групп внутри отношений экономической и политической власти в городе являются, очевидно, решающими в плане приобретения символического капитала как способности навязать окружающим свое видение мира и места города в нем.

Внутренний регионализм мест (разделение на «густо/пусто», «видимое/невидимое», «сакральное/профанное»), оставляющий в ландшафте след, значимые действия и любого рода инвестиции, в т. ч. нематериальные, не могут быть поняты во всем объеме, если смотреть на них только лишь изнутри системы локальных координат. Решающим аспектом, влияющим на всю проблему, является отношение с местами, локусами большего масштаба, а также отношения с локальными образованиями меньшего масштаба. Развертывание символических и материальных ресурсов, скажем, внутри города Екатеринбурга не только воздействует на его собственную внутреннюю географию, но также влияет на позицию места внутри большего евразийского пространства в рамках вышестоящей пространственной иерархии региона, нации, мира.

Надо сказать, что в современном капитализме выиграют те, кто сумеет вписать в себя сетевые отношения, позволяющие не только присвоить элементы характерных для постиндустриального общества 5–6 технологических укладов с их информационными потоками, образовательными технологиями и индустрией культуры, но и овладеть мощностью всей сети. Если у вас есть место в сети, связывающей все со всем и предоставляющей выгоды от взаимозависимости, активно используйте его. Если нет, выдумайте его, потому что грань между виртуальным и реальным весьма прозрачна. Ассоциация «Петровские города», предложенная председателем фонда Д. С. Лихачева Д. Граниным на встрече с тогдашним Президентом России В. В. Путиным, включает в себя свыше 50–60 городов, в которых он работал или учился, и которые, помимо материальных артефактов XVIII века, унаследовали дух открытости миру с его интенсивным структурным изменением. Идея подобного

объединения может считаться одним из таких проектов, и от местных властей зависит, «отслужить» ли ее формально, поучаствовав «для галочки» в предстоящем в мае 2009 года Первом общероссийском конгрессе петровских городов, или превратить в инструмент эффективного выстраивания локальной идентичности. Основанная В. Н. Татищевым в том же году, что и Екатеринбург, Пермь с полным правом вписана в сеть петровских городов, готовых «принимать необычное, неиспытанное, экстраординарное и, прежде всего, новое и удивляющее»¹³. Именно так у известного социолога З. Баумана определяется физическая и интеллектуальная подготовленность людей и городов быть адекватными новой по качественному наполнению — *текучей* — современности, «способной нарушать нормы и оставлять уже достигнутые стандарты позади»¹⁴.

Стоит взглянуть на пермский культурный ландшафт сквозь призму гораздо более древней сети — речной, основополагающей для русского менталитета. В однообразии природного ландшафта великой Восточно-Европейской равнины, отнюдь не изобилующей чудесами, способными поразить путешественника, по мнению историка С. Соловьева, цитирующего, в свою очередь, еще Геродота, «нет ничего удивительного, кроме рек, ее орошающих: они велики и многочисленны. В самом деле, обширному пространству древней Скифии соответствуют исполинские системы рек, которые почти переплетаются между собою и составляют, таким образом, по всей стране водную **сеть, из которой народонаселению трудно было высвободиться для особой жизни** (здесь и далее в цитатах выделено мной. — С. К.). Как везде, так и у нас, реки служили проводницами первому народонаселению, на их берегах осели племена, явились первые города; так как самые большие из них текут на восток и на юго-восток, то этим условилось и преимущественное распространение русской государственности в означенную сторону; реки много содействовали единству народному и государственному, и при всем том особые речные системы

> 13. Бауман З. *Текущая современность*. М., 2008. С. 86.

14. Там же.

определяли вначале особые системы областей, княжеств»¹⁵. Реки как сеть, фактор и вектор развития отнюдь не означают возвращения к геодетерминизму, но издавна служили направляющими торгово-транспортных путей, потоков капитала. Мощная река как структура сети может выступать как принципиальный — динамичный и гедонистический — фрейм для позиционирования до- (или пост-) индустриального города: восхищенные поэтические описания реки у литературных персонажей В. В. Абашева (помимо уже упомянутых выше «звезд», оставили Е. А. Ведеревский, В. И. Нимерович-Данченко, В. С. Верховланцев, В. Каменский и др.) вполне сопоставимы с основополагающей ролью Босфора в системе координат городского воображения, отведенной романтической поэтикой для депрессивного Стамбула у О. Памука и его героев. «Это водное пространство в центре города не похоже ни на амстердамские или венецианские каналы, ни на реки, делящие пополам Париж и Рим, — нет, здесь движутся морские течения, дуют вольные ветры, и волны вздымаются над вольными глубинами <...> Босфор для стамбульских семей, возможно, единственный источник радости <...> Главное, что делает для меня Босфор Босфором, осталось неизменным с детства. Босфор для меня — неиссякаемый источник добра, оптимизма, здоровья и хорошего самочувствия, придающий городу силы, делающий жизнь в нем легче. Не такая уж плохая штука — жизнь, — думаю я иногда. В конце концов, всегда можно прогуляться по Босфору»¹⁶.

Реки, водные бассейны вблизи крупных городов многочисленны, и, как показывает приведенная выше цитата, даже в депрессивных городах, тоскующих по временам ушедшего имперского величия и канувшей в лету «османской» (или горнозаводской, как на Урале) цивилизации, все они раньше или позже оказываются вовлечены в рекреационно-развлекательный сегмент сервисной экономики. Но только одна из них (догадались, какая?) созвучна самим своим топонимом концептуальному настрою

> 15. Соловьев С. М. *Взгляд на историю установления государственного порядка в России до Петра Великого // Чтения и рассказы по истории России.* М., 1989. С. 160.

16. Памук О. *Стамбул: город воспоминаний.* М., 2006. С. 75–88.

постиндустриальной экономики с ее индустрией культуры. Единственный в США музей реки совсем недавно создан в стагнирующем речном порте Дюбуке, что лежит на границе штатов Иллинойс и Айова, разделенных великой «материнской рекой» Миссисипи.

Лежащий на перекрестке дорог между Чикаго и Миннеаполисом/Сен-Полом, всемирно известными своими культурными достопримечательностями, этот новый музей за короткое время стал самым посещаемым. В чем причина успеха? Очевидно, в том, что он вполне соответствует духу времени, работая в режиме инсценирования семантически насыщенной реальности, возможной только в рамках полифункциональной институции. В музее есть экологически-краеведческий смысловой слой, его эмблемой является лягушка, обитающая в болотистых берегах, из которых берут начала все реки, и вполне естественно, что именно болото и становится первым разделом лежащей под открытым небом ландшафтной части музея. Аквариум с речными обитателями, клетка для бобра, которого приглашают вернуться... Натуральному речному ландшафту противостоит техногенный, экономически используемый и окультуренный ландшафт в разделе «Сделай меня рекой!». В экспозиционном плане музея обыгрывается двусторонний характер взаимодействий культурной и природной среды: речная система Миссисипи-Миссури как смысловая ось последней не пассивно предстает человеческому активизму, но оказывает встречное воздействие на правах суверенного поля. В музее есть действующий макет, выстроенный незадолго до наводнения в Новом Орлеане 2005 года, моделирующий катастрофический уровень наводнений, повышающий риски вследствие необдуманных действий человека.

Естественно, что этот слой экспозиции включает в себя огромный раздел всевозможной речной техники — пирс больших и малых судов, драгу, гребные винты и т. п.

Портретная галерея сопровождает концепцию музея тремя разделами: первопроходцы и исследователи реки, предприниматели, использовавшие ее потенциал и «сделавшие» ее работающей рекой, наконец, художники, писатели и поэты, последовательно трудившиеся над обогащением символического капитала реки. Река оказывается концептуальной основой для формирования полибренда

территории, а для музея — мегафреймом, позволяющим репрезентировать целый кластер региональных историй в полифункциональном пространстве, объединяющим под одной крышей экологию, краеведение, науку и технику, историю, литературу, живопись. Словом, здесь соединяются индивидуальный и страноведческий подходы, локальный и глобальный масштабы (отсюда — открывающая экспозицию карта со спутника всего бассейна рек Миссисипи/Миссури).

Плотно завязанные на повседневную культурно-досуговую активность, полифункциональные институты такого рода вполне соответствуют духу сетевой экономики, связывающей все со всем, подобно жизни, увязывающей все в единое целое. Подобная стратегия, подчеркивает К. Келли, работает в самых разных областях: «Правильно соединив не слишком разумные части, можно получить умный результат. Сеть — ведь это не только послание одного человека к другому через океаны материков. Вернее всего, сеть — это коллективное взаимодействие, связывающее воедино множество объектов живой и неживой природы через волокно или воздух»¹⁷ и усиливающее плотность связей как внутри отдельной институции, так и между ними. В условиях такого рода перенасыщения коммуникативного пространства, ставшего «гиперреальным» (описано Ж. Бодрийяром), в неллинейных художественных текстах или музейных пространствах действуют особые законы, и сильные жесты, как и выразительные высказывания, превращаются в самосбывающиеся пророчества. Один из таких законов — «закон полноты», проявляющийся в эффекте приращения богатства места и странности артефакта, когда соединяешь все со всем. Иногда это называют «эффектом факса», который «состоит в том, что чем больше узлов в сети, тем более ценной она становится. Этот принцип приходит к нам из будущего, и он противоречит двум главным и очень древним аксиомам настоящего. Первая: ценность определяется редкостью алмазы, золото, нефть и дипломы университетов ценны, поскольку они редки. Вторая: когда товаров много,

> 17. Келли К. Новые правила для новой экономики [Электронный ресурс], 1998. URL: <http://www.futura.ru/index.php?idart=105>.

они обесцениваются <...> Логика сети переворачивает традиционные представления с ног на голову. В сетевой экономике ценность вырастает из изобилия и возрастает от повсеместного распространения («эффект факса»). Мощь приходит от избыточности»¹⁸. Архаические мифы и пиктограммы австралийских аборигенов или мелкая пластика древних пермских обитателей в равной степени востребованы в постиндустриальную эру именно потому, что в них присутствует потрясающая связность всего со всем, вполне актуальная и для нашего времени семантически пластичных коммуникативных отношений.

Возвращаясь к пермским богам и/или демонам, отметим определенное преимущество приезжих авторов, чье нахождение вне Пермского края дает им возможность рефлексии опыта нестабильного существования современного человека, его концептуального осмысления путем погружения в символически насыщенное пермское пространство. Именно воплощение этого базового для эпохи модернизма опыта в слове сделало Б. Пастернака столь заметным именем в пространстве российской и мировой художественной ситуации в XX веке. Пермь как человечески несоразмерный северный край разбудила в нем Автора. А сегодня логика сетевой экономики переворачивает отношение первичное/вторичное и использует капитал этого имени — «Доктор Живаго», пропущенный сквозь жернова массовой голливудской продукции, может придать Пермскому краю настолько широкую всемирную известность, что, пожалуй, лишь еще два-три места в России могут с ним сравниться. Так сильное произведение и его всемирно признанный автор даруют статус и символический капитал территории.

Структура пермского пространства образована двумя безмерностями: Река и Парма. Ни Б. Пастернак, ни О. Мандельштам не могли остаться глухи ни к пространству, растущему во все стороны «как на дрожжах», ни к реке с мощным топонимом «Кама». Река ли это времени, как пишет В. В. Абашев, которая передает свою динамику некоторым написанным именно здесь текстам, придавая

> 18. Келли К. Новые правила для новой экономики [Электронный ресурс], 1998. URL: <http://www.futura.ru/index.php3?idart=105>.

им годологический характер — способность приводить «к строю и ясности», смыслу, определяя путь, делать написанное здесь судьбоносным для самих авторов? А может, древнее название «Кама» позволяет вписать ее в постиндустриальную «экономику желаний»? Модернизм и эпоха второй промышленной революции осуществляют «смену хозяев» в «доме культуры», что влечет за собой и смену полей, предлагаемых для капитализации. М. Фуко описывает этих новых хозяев модернистской парадигмы — труд, энергия жизни, язык и, наконец, «беззаконный закон желания». Превратить каждую из этих сфер в капитал означает достигнуть власти над соответствующим полем (П. Бурдье), что представляло в начале прошлого века и представляет сейчас своеобразный вызов как перед локальными, так и перед глобальными субъектами хозяйствования, агентами национальной или региональной культурной политики.

Подчеркнем, что оба безмерных пространства не пассивны, но интерактивны. Великая река и древняя страна не являются простым контекстом для самоутверждения героев или субстратом для капитализации, но обладают имперсональным желанием, как последовательно доказывает В. В. Абашев¹⁹, прочитывая Пермский край вполне в духе теории социального поля П. Бурдье или информационного поля П. Вирилио. Но когда субъектом желания является само символическое поле, тогда пространство трактуется прежде всего как вызов древнего темного имени и тела Пермского топоса — «умышленному петровскому городу», которому расти и расти в их «тени» до истинного парадигмального масштаба породивших его мощных топонимов «Пермь», «Кама». Семантически насыщенное пространство, которое чего-то хочет от автора, на сей раз не от Пастернака, а от нынешних пермских элит, представленных в поле

> 19. Абашев В. В. *Геопоэтический взгляд на историю литературы Урала* // *Литература Урала: История и современность*. Екатеринбург, 2006. Вып. 1. С. 17–30.; Абашев В. В. *Пермь в топике русской культуры* // *Литература Урала: История и современность*. Екатеринбург, 2006. Вспомним лишь некоторые цитаты из разных классических авторов, приводимые в данных текстах: «Русь! чего же ты хочешь от меня? какая непостижимая связь таится между нами?» (Н. Гоголь). Или «Одна оглядчивость пространства / Хотела от меня поэм» (Б. Пастернак).

символического производства тремя группами авторов, обозначенных выше — элитарным В. В. Абашевым, популярным А. В. Ивановым и прагматично настроенными интеллектуалами из ПГТУ, призывающими повернуться лицом к проблемам «реального города».

Изучение локальных текстов неразрывно связано с описанием логики внутренних позиций субъектов в «реальном» (экономическом и политическом) или «виртуальном» (культурном, художественном) ландшафте края. Любой пишущий или говорящий человек претендует на то, чтобы быть услышанным, главным образом потому, что он является носителем делегированного символического капитала, представителем тех социальных групп, которые разделяют точку зрения автора как своего представителя или которым ему удалось навязать собственные схемы видения, организации и понимания мира. П. Бурдьё позволяет нам сделать вывод о том, что навязать разделение в аналитике локальных текстов значит под маской коммуникации навязать видение места²⁰.

Таким образом, лучший способ уяснить выработку позиций не только в политике, современном искусстве, но в брендинге как символическом позиционировании регионов представляет топология позиций (субъектов интерпретации), исходя из которой они (позиции) выражаются. Отсюда производна и наша авторская стратегия письма, которая может быть определена как топографическая — описание расположения региональных субъектов в топосе потоков капитала.

Подчеркнем, что для нас речь идет о социальной представительности автора (В. В. Абашева, А. В. Иванова и др.) и политической ангажированности субъектной организации любой публично заявленной художественной или публицистической концептуализации пространства. Топография ландшафтов капитала — это прослеживание траектории движения субъекта в пространстве, претерпевающим трансформацию по мере этого движения.

По версии В. В. Абашева, реконструирующего видение Б. Пастернака, Пермь оказывается, с одной стороны, местом, где можно «сгинуть» со всей семьей, в смысле

> 20. Бурдьё П. *Социология социальных пространств*. М., 2007. С. 83–85, 91, 184–187, 191 и др.

затеряться в провинциальной глуши, с другой стороны, местом приведения «жизни небывалой / невообразимого хода» «в строй и ясность» на «языке провинциала». Здесь принципиально важно все: и чудовищность перемен, и «непредставимость» их логики изнутри самого процесса, которую воображаемая позиция стороннего наблюдателя потока грандиозных изменений (своего рода «провинциала» по отношению к «мэйнстриму») позволяет все-таки представить пусть в виде парадокса, или апории, или романа «Доктор Живаго». Место геологических, исторических, наконец, авиационных катастроф, как и угроза гибели, обнажает скрытый дизайн современной жизни — ее замысел, структуру, содержательную форму — и превращает пермский локус в пространство понимания. Возможно, по этой причине именно пермяк С. Дягилев схватил целостность суверенной сферы циркуляции символического капитала — «мира искусства». Этнос поведения героев всех литературных текстов В. В. Абашева может быть обозначен как индивидуализация, даже приватизация задач и обязанностей модернистского проекта путем эскалации творчества до состояния прорыва, вроде мандельштамовского «прыжок — и я в уме» (напомним, это случилось в Чердыни!) или прозрения, доведения креативности до избытка путем обостренного переживания интериоризованной современности.

«Аварии, несчастные случаи, катастрофы, кризисы (Чернобыль, например) — все это моменты, когда система терпит поражение, и мы вдруг на миг ощущаем всю силу и вездесущую власть дизайна и иллюзорные эффекты, которые он производит. Каждая авария создает краткий момент прозрения в отношении реальной жизни, того, что действительно случилось, и нашей растущей зависимости от основополагающих процессов инфраструктуры коммуникации. Каждая катастрофа самолета есть разрыв систем дизайна успокоительной иллюзии, паралич системы жизнеобеспечения, именно потому, что весь наш опыт полета столь тщательно задуман для ухода от реальной опасности события», — пишет во вступительном эссе в каталоге к своей выставке в Чикаго ванкуверский дизайнер Брюс Мау²¹.

Романтическое понимание творчества как преодоления того, «что гибелью грозит», превращает героев В. В. Абашева в своеобразные аллегории персонификации желания, воплощения творчества как личной стратегии или апории, задающие городу парадоксальный вектор движения по принципу «назад в будущее», в направлении капитализации креативности и становления нового креативного класса как влиятельной силы. Позиция фланера достаточно эффектно реабилитируется для пермяков В. В. Абашевым и становится моделью индивидуализированного символического потребления, которое по мере разворачивания прогулки может стать производительным и, главное, творческим потреблением (возможность, на которую указывал еще К. Маркс и которую подробно проанализировали В. Беньямин, Э. Тоффлер). Любое творчество материализовано в создании визуальных или литературных текстов, и происходит оно по ходу движения автора благодаря достижению избытка визуального или символического потребления. Именно поэтому прогулка по городу как нелинейному тексту (праздная) продуктивна. Это «дело неспешное, вдумчивое и артистичное. И творчески плодотворное. И художники, и поэты это знают, — подчеркивает В. В. Абашев. — Прогулка созерцательна, но не пассивна. Блуждая по городу, фланер проявляется, а может быть, походя формирует новые структуры городского пространства. Это мягкие блуждающие структуры, имеющие скорее отношение к бессознательному города, чем к его осознаваемому»²².

Концептуальная организация пермского пространства, по версии писателя А. В. Иванова, выглядит, на первый взгляд, обескураживающе непоследовательно: оценки неожиданно гиперкритичны и, что вполне прогнозируемо, в финале почти по-бажовски мифологичны. «Мы привыкли, мы этого уже не видим, и когда нам говорят об этом, мы искренне удивляемся, а потом обижаемся. И тем не менее, у нас «рожа крива». Пермь — некрасивый город. Несовременный. Непрестижный. Дороги — дрянь, архитектура — почти никакая, за инфраструктуру надо устроить

> 22. Абашев В. В. и др. В поисках Юрятина. Пермь, 2005. С. 7–9.

ответственным лицам публичный процесс вроде Нюрнберга. Сколько ни вешай растяжек «Пермь, я люблю тебя!», все это — заклинания, вымучивающие у горожан спуск планки требований. Дескать, «с милым рай и в шалаше». Если Пермь нам мила, то можно превратить город в скопище шалашей»²³.

Неразрешимые реальные противоречия сегодняшнего уральского ландшафта символически замещаются нарочито архаизированными конфликтами с вымышленными «врагами» и столь же иллюзорно разрешаются. Не претендуя на полноту анализа пермского топоса у А. В. Иванова, мы ограничимся лишь одним, максимум — двумя текстами, первый из которых позиционируется как манифест и называется «Город со смыслом». Дискурсивная структура и метафорика данного текста выдержана в лучших традициях 60–70-х годов XX века, ее можно обозначить как вариант популярного, широко растиражированного экзистенциализма, когда речь идет о противопоставлении некрасивой, но функциональной современности и «глубинных» пластов, где скрыт «смысловой реактор» пермского ландшафта. Именно «глубинный пласт держит корни любви к городу», ядром наследия являются имя — это золотое «слово слов» для классической культурной парадигмы и, конечно же, история края. Подчеркнем избирательность и амбивалентность трактовки наследия, вполне простительную для гуманитария, который, впрочем, проводит явную параллель между языческим топосом (хтоническим, подземным миром предков) и миром экономическим, который эксплуатирует именно глубинные богатства пермского ландшафта, ибо главные плательщики бюджета в крае — те корпорации, которые «добывают деньги **под землей**».

Двойственность отношения А. В. Иванова к наследию понятна как в контексте мифологического мышления, так и в контексте задач реструктуризации экономики края. С одной стороны, имя — дар, до освоения всех смысловых богатств которого надо еще дорасти, с другой стороны, имя — проклятье, которое надо преодолеть, а параграф

➤ 23. Иванов А. В. *Город со смыслом* // *Компаньон Magazine. Пермь, 2008. № 9. С. 54, 58.*

о гордости именем города соседствует с параграфом «Преодоление имени».

«Пермь желает стать равновеликой имени. В общем-то, это неброский, не замечаемый никем духовный подвиг города. В этом ежедневном деянии — в освоении имени — и заключается энергетика символической жизни Перми. Гордость города за свой вызов судьбе порождает в горожанах убеждение в мессианской роли Перми. Веру в то, что Пермь город «избранный», лучший на земле. От такого способа разрешить конфликт между именем и реальностью в городском мифе рождаются вульгарные «пермские преувеличения» — типа того, что Пермь единственная уцелеет при ядерной войне или что на мысе Стрелка родился Заратустра. В движении к своему имени заключена Пермь идеальная, «Пермь небесная» <...> Демонстративно (?) принимая свое имя, Пермь принимает и рок, который заключен в этом имени. Принимая имя, принимает крест. Как РФ стала правопреемником СССР, унаследовав его имущество и его долги, так и Пермь стала правопреемником древнего понятия «пермь», унаследовав его величие и его **злых духов**. И **враги** нынешней Перми — они как раз из той древности и **из тех глубин**, которые называются «пермскими»: ящеры пермского периода и **демоны** пермского язычества»²⁴. Позволим себе усомниться в конструктивности поиска «внутреннего врага» города, хотя в психотерапевтической практике замещение реальных источников травмы символическими репрезентантами довольно распространено. Независимо от намерений автора такая метафоризация унаследованных городских проблем потенциально опасна своей конфликтностью и демонстративной связанностью с советской ментальной традицией поляризации социального пространства (город vs. ландшафт, христианство vs. язычество, старое имя vs. новое имя).

Сквозь эвфемизмы и иносказания А. В. Иванова о том, что «древние смыслы слова «пермь», которые город Пермь принял вместе с языческим названием, они не городские, они бесструктурные, аморфные, вездесущие, и они разъедают город, разрушают его как организованную структуру»²⁵ — сквозь всю эту мифологическую сеть метафор

> 24. Иванов А. В. Город со смыслом // *Компаньон Magazine*. Пермь, 2008. № 9. С. 54, 58.

25. Там же.

угадывается насущная, реальная проблема больших российских городов. Направление их эволюции — преодоление поверхностного характера урбанизации, превращение прото-городского или слободского характера поселений при заводах в сообщество граждан. Реализованный А. В. Ивановым поиск «способов нейтрализации древних негативных смыслов и превращения их энергии из негативной в позитивную» может считаться одной из удачных попыток мобилизации символического капитала массовых верований ради укрепления чувства общности. Разумеется, проблема не в том, чтобы возложить ответственность за решение сегодняшних проблем городского развития на «врагов и демонов» из глубин прошлого, а в том, как признается автор «манифеста», что у Перми пока еще не хватает сил и капитала преодолеть деформации индустриального ландшафта, который вдруг становится «чуждым» и номинально «языческим». Но у нас вызывает тревогу именно **качество массовых пред-
рассудков**, актуализируемых ради консолидации горожан, и сама сценография действия: консолидироваться для автора — значит «*собраться в кулак*», ибо «*только кулаком можно пробить*» «метафизические овраги» и невидимые стены-границы, «а пальцем их не проковырять». «Агрессивная среда — это в первую очередь уральское язычество, которому чужда урбанистичность христианского города»²⁶. Это утверждение — типичная проекция негативного опыта, накопившегося в себе, на другого, как бы он ни назывался. Способом же решения проблем городского развития — «преображения ландшафта из агрессивного в созидательный» — опять оказывается не самая мирная стратегия действия, нашедшая образное воплощение в популярной скульптуре «Россия с мечем» в стиле И. Лаврецкого или В. Вучетича.

С одной стороны, автор называет *языческое время* уральской истории (оно же до-городское) «*временем господства ландшафта над деятельностью человека*». Однако проявляется это «дурное» наследие и в современном «ландшафте города Перми как хранилище древних смыслов его имени»²⁷. С другой стороны, несколько противореча себе,

> 26. Там же. С. 57.

27. Там же.

но вполне «по-язычески» А. В. Иванов объясняет взрывообразное развитие Екатеринбурга в постиндустриальном направлении, происходящее за последние 15 лет, все тем же влиянием ландшафта, только другого — богатого и обрывистого, восточно-уральского — как зеркала «дико счастливого» менталитета²⁸. Позволим себе спросить: оно что, тоже языческое, но тогда почему на сей раз позитивное? Но стоит ли уж так стремиться «оприроднить» границы, а значит укрепить мифические «стены» пермского локуса или ландшафтные преграды, типа Егошихинского оврага, чтобы потом их с треском пробивать в духе «грубой, но мужественной» рекреационной активности, бойцовских игр на свежем воздухе, столь характерных для пролетарских окраин?

Натурализовать или гиперболизировать препятствия (в том числе и пермские пустоты!) на пути создания насыщенной системы коммуникаций для современного города — это все равно что **увекочить** власть «естественных монополий», чья «естественность» существует лишь по молчаливому уговору. Подобная стратегия письма А. В. Иванова подрывает стратегию действия, нацеленного на превращение ландшафта «из агрессивного в созидательный». Равно как и вполне здраво, даже по-европейски звучащее предложение автора «манифеста» об окультуривании оврага и превращении «древнего ужаса в рекреацию» с водными каскадами, о приручении «бездонного источника мистических энергий», о превращении «рва страха» в «зону отдыха» — обесценивается. А слишком пафосное предложение в начале «манифеста» «устроить ответственным лицам публичный процесс вроде Нюрнберга» звучит в этом случае не просто нереалистично, как суд над погодными явлениями, но уже фальшиво, поскольку автор вольно или невольно дискурсивно закрепляет господство «главных плательщиков бюджета в крае». Наконец, последний вопрос: а не приведет ли эстетическое облагораживание оврага в постиндустриальном ключе, эта давно назревшая реструктуризация «могучего природного разрыва в теле земли», к утрате «главной скважины», соединяющей пермские границы с этим самым бездонным источником языческих энергий? Ведь границы места —

> 28. Иванов А.В. *Message: Чусовая*. СПб., 2007. С. 314–318.

основы локальной идентичности, они ограждают «христианскую суть города от языческой среды ландшафта» (хотя с точки зрения современной гуманитарной географии такие противопоставления выглядят вульгарно метафизически). Поэтому невозможно одновременно призывать и к сохранению, и к укреплению связи с «естественными, мистическими истоками» пермского характера и стремиться к косметическому преобразению ландшафтного «выражения лица»²⁹ с целью повышения престижности территории путем «откармливания и дрессировки» угнездившихся на ней «звероящеров» индустриального наследия.

Мы приносим извинения читателю за нарочитую абсурдизацию текста популярного пермского писателя. Она лишь призвана обнажить проблему: когда реструктуризация ландшафта того требует, то обслуживающий ее дискурс нужно оценивать по его способности отразить и содействовать или, напротив, противодействовать трансформации координат городского воображения, иначе говоря, по степени его связанности жесткими символическими рамками прежнего — **преодолеваемого** — миропорядка.

Концептуальный формат устойчивой региональной мифологии задает избирательность видения реки как метафоры текучей современности, изменчивых потоков капитала. Любые инвективы в адрес Камы (этой второй после оврага непреодолимой преграды, а есть еще третья — железная дорога, проложенная по берегу реки) в духе: **«поток равнодушия»** и т. п. свидетельствуют лишь о слабости символического инструментария пишущего субъекта и стоящих за ним социальных сил, неспособных капитализировать этот древний и неисчерпаемый ресурс. Вот что мы читаем у А. В. Иванова: «Пора оставить советские заветы вроде «Кама — река-труженица». Никогда в человеческой культуре реки не воспринимались как труженицы, хотя трудились не хуже египетских рабов. Реки всегда были символом границы, безвременья, забвения, забвения. Чтобы река стала украшением города, надо было прикладывать огромные усилия. Счастье Перми в том, что Кама — большая, а город только на одной ее стороне.

> 29. См. цитату, приведенную выше.

Для города Кама сейчас несет те смыслы, которые нам хотелось бы спрятать (здесь и далее в цитате курсив мой. — С. К.). Спокойная, величавая, равнодушная река безразлична к нашим делам. Мы можем купаться в ней, плавать по ней на пароходах, сливать сточные воды, а она как текла, так и течет. Спокойно сметает все, что мы сотворили, хорошее и плохое. Уносит в никуда. Речь не об экологии реки, а об ее образе для города. И возле такой неумолимости, неизбывности, безответности не рождается ничего хорошего. Ничего не хочется делать — все равно время, как река, все смое. Лежи и бамбук кури, все равно все бесполезно.

Можно превратить в парк Егошихинский овраг и тем самым преобразовать его дикость в прекрасное городское приключение. Но превращение в парк берега Камы ничего не даст. Здесь нужна уже другая культурная технология. Кама — символ природной вечности, и ее можно приручить только тогда, когда она собою будет подтверждать нашу человеческую вечность. Слова пафосные, потому что немому пафосу реки надо противопоставлять звучащий пафос человечества. Самый гармоничный звук — это музыка, а застывшая музыка — это архитектура. Кама должна быть подножием городского фасада: максимальной концентрации архитектурной выразительности. Тогда своей незыблемостью она будет утверждать прочность нашего торжества³⁰. А ведь верно: противопоставьте великой реке величие архитектуры, как в Петербурге, и безмерность будет укрощена.

Этот сильный пассаж свидетельствует о восприятии великой реки как вызова масштабам человеческой активности, о слабой капитализации этого безмерного ресурса. Возьмем в качестве хорошо известного примера Чусовую как концептуальную рамку для создания регионального монобренда. Однако этот фрейм абстрагирован из единой Камской речной системы и приспособлен для сегодняшних рассказов об ушедшей «горнозаводской цивилизации», «железных караванах», уникального **преодоления** рекой Уральского хребта как «хребта России». Весь корпус чусовских текстов служит символическому освящению важного перехода природного

> 30. Иванов А. В. *Город со смыслом* // *Компаньон Magazine*. Пермь, 2008. № 9. С. 59.

объекта выведения реки из-под власти индустриальной экономики (сугубо транспортного использования) в область визуального потребления и рекреации, в сферу досуга и зрелищных развлечений. Символическое использование реки в данном случае свидетельствует о возможности изменения социокультурной конструкции пространства, которое вовсе не обязательно проклинать или фетишизировать. Однако символизируемое Чусовой прорывное действие из Азии в Европу (из традиционной культуры в настоящее) следует читать как движение «из прошлого в современность» (по крайней мере, так декодирует стамбульские «игры с памятью и временем» вокруг идеи евразийства такой авторитетный автор, как О. Памук³¹). Заметим лишь, что эти российские или турецкие символические комплексы в равной степени провинциальны и пригодны лишь для внутреннего потребления.

Почему же Кама лишена позитивного смысла и не может быть основой для полибренда края, направленного не только внутрь, но и вовне? Архетип пути позволяет осуществить перекодировку речного пространства в духе «экономики переживаний», интенсивность которых оказалась по силам Мандельштаму и Пастернаку, почувствовавшим, что река уже в древности была подключена к тогдашним прообразам сетевой экономики, где, как мы помним, «ценность вырастает из изобилия и возрастает от повсеместного распространения»³². Если К. Келли прав и «мощь приходит от избыточности», у которой есть свой «месседж», то со столь полноводной рекой (по местным слухам, превосходящей Волгу в точке слияния) просто необходимо работать в формате современной экономики, предлагающей горожанам нечто кроме материального достатка. Неслучайно известный английский социолог З. Бауман пишет о том, что именно «текучесть» или «жидкое состояние» являются наиболее подходящими метафорами, когда мы хотим постичь характер настоящего, во многих отношениях *нового* этапа в истории современности. «В каком-то смысле твердые тела отменяют время; для жидкостей, напротив, имеет значение прежде

> 31. См.: Памук О. *Стамбул: город воспоминаний*. С. 147–153.
32. Келли К. *Новые правила для новой экономики [Электронный ресурс]*. 1998. URL: <http://www.futura.ru/index.php?idart=105>.

всего время»³³, легкость циркуляции потоков капитала (его аккумуляции, конвертации и обесценивания), равно как и подвижность его агентов, включая самых активных представителей разных социальных слоев края. Подчеркнем, что именно текучесть во всех смыслах, понимаемая как неодолимая потребность сильных, наиболее мобильных, успешных и качественных представителей нового креативного класса в переменах, неспособность останавливаться и удовлетворяться достигнутым, и была определена на IV Экономическом форуме в качестве важнейшего индекса готовности Перми к современной экономике. Нам остается лишь добавить к этой апологии концентрации избыточной энергии, прозвучавшей на форуме из уст главы администрации города А. Б. Каца («Пермь как лучшая стартовая площадка»), что изменение качества среды достигается лишь «чрезмерностью художественного жеста». Это значит, для того, «чтобы какая-либо культурная деятельность стала экономически жизнеспособной, ее интенсивность должна быть невероятной, сомасштабной экономике и размерам города»³⁴. Не внутреннее изобилие героев локального культурного пространства, а его увеличенная в разы интенсивность становится маркером, демонстрирующим принадлежность города к экономике удовольствий, признаком ситуации, когда «рынок чувств затмевает рынок вещей». Если культурное событие, скажем, фестиваль, то как в Рио (по крайней мере, так посчитали в Красноярске), если высотные здания — то как у шпилей Петропавловского собора и Адмиралтейства в Петербурге, противостоящие не только природной безмерности, но и другой — политической, имея в виду несоразмерность человеческих усилий масштабу задач как прежней, петровской, так и нынешней модернизации. Попробуйте построить что-либо соразмерное им по масштабу (ну хотя бы с екатеринбургскими небоскребами, тоже компенсирующими недостаток вертикалей в ландшафте) — и вы увидите, сколь «царственной» будет Кама.

> 33. Бауман З. *Текущая современность*. М., 2008. С. 8, 36.

34. Высоковский А., Абанкина Т., Абанкина И. *Городская среда и культурные индустрии* // 60-я параллель, 2005. №3. С. 6–9. См. также: Мильков Д. *Размышления о творческих индустриях, или Как мы понимаем действительность* // *Творческие индустрии в России. Результаты пилотного проекта в Санкт-Петербурге*. СПб., 2004.

В общем, до имени реки индустриальному городу тоже надо еще дорасти, но есть надежда, что «слепота» части пермской элиты к реке исторически преходяща, как и везде. Вспомним в очередной раз А. В. Иванова: «Возьмем, к примеру, набережную. Почему там столь скверно?» — подобно чеховским персонажам вздыхает он. Но без этого не решить проблему взаимодействия жителей города со средой, включая типичную для индустриальных городов, скажем, Северной Америки, отчужденность набережной реки или озера, повсеместно занятых в индустриальном прошлом промышленными зонами — в Балтиморе, Сиракузах, Чикаго — словом, везде. За вторую половину XX века все прибрежные территории были освобождены от железных дорог и преобразованы с помощью технологий ревитализации в современные парки, наполненные малой пластикой, фонтанами, музеями и т. п. Так что ничего фатального в отчуждении города от реки нет, а примеры положительных решений подобных проблем достаточно многочисленны. Дело, конечно, не только в деньгах, которые придут в город, если вид из офисов будет открываться не на железнодорожные пути, а на бескрайнюю водную или заречную гладь. Городу предстоит измениться внутренне и все более разворачиваться к реке скорее ментально, отказываясь от деформирующего индустриального наследия в виде железнодорожных путей когда-то главной уральской горнозаводской дороги, этой пре-емницы «железных караванов», «прошившей насквозь» Камский берег, — этот смысловой визуальный фокус Перми XIX века³⁵, и обреченных на перенос или сокрытие в какой-нибудь туннель в XXI веке. Так все якобы «непреодолимые» преграды пермского локуса оказываются в общем преодолимыми, правда, на это может уйти лет семьдесят, как заметил В. Л. Глазачев.

Будет справедливым отметить, что при всех различиях дискурсов пермских авторов их осознанные парративные стратегии репрезентации пространства в определенной мере совпадают. Оба активно используют литературную мифологию, оба ищут индивидуальные или коллективные пути прорыва из состояния подвластности унаследованным формам

жизни и мышления; освоение наследия в обоих случаях происходит в рамках амбивалентного нарратива одновременно ностальгического, но в то же время нацеленного на преодоление власти наследия. Подобные ситуации вполне типичны и исчерпывающе описаны П. Бурдьё: «Изначальное отношение к социальному миру, в котором, т. е. через и благодаря которому мы создаемся, есть отношение *владения*, предполагающее владение объектами обладания своим владельцем. Только когда **наследие завладело наследником** (здесь и далее в цитате выделено мной — С. К.) как говорил Маркс, наследник может завладеть наследством. И это **осуществляемое наследством овладение наследником и овладение наследником наследства**, которое является условием присвоения наследником наследства (в чем нет ничего ни механического, ни фатального), происходит под совместным воздействием типов усвоения, вписанных в положение наследника и воспитательную деятельность предшественников, ставших в свое время присвоенными собственниками»³⁶.

Различия же между В. В. Абашевым и А. В. Ивановым в том, что они репрезентируют разные социальные слои с характерными для них сценариями возможного поведения в окультуренном пространстве, являясь носителями делегированного им символического капитала. Спрямя ситуацию, первого можно назвать выразителем чаяний зарождающегося пермского креативного класса, все его герои носят прецедентный характер. В силу сказанного городская мифология в данном случае историзируется и конкретизируется вплоть до персонального воплощения в судьбе личности или места. Второй из сопоставляемых пермских авторов репрезентирует те многочисленные слои пермского общества (включающие не только владельцев корпораций), которые имеют доход от ренты, приносимой подземными богатствами («ЛУКОЙЛ», «Уралкалий» и др.), и заинтересованы в сохранении своего нынешнего положения. Тактика работы с локальным мифом в текстах А. В. Иванова гораздо более архаична: в подобных случаях реальность выворачивается наизнанку и, по словам Р. Барта, опустошается от истории и человеческой значимости для того, чтобы выразить человеческую незначительность перед лицом природы

> 36. Бурдьё П. *Социология социальных пространств*. М., 2007. С. 128.

или присвоивших себе право говорить от ее имени «внеисторичных» социальных сил.

Напротив, у В. В. Абашева Пермь как раз исторична, многослойна, текстуализирована, и Кама, пусть даже искаженная следами индустриального развития конца XIX — XX века, в ней не просто уместна, а центральна для формирования мироощущения горожан, поскольку ежедневно рядом с городом протекает огромное количество энергии. Эта река неотъемлема от города и края, созданных ею, и в качестве базовой метафоры пространства является воплощением извечной текучести и конвертируемости различных форм капитала, к которой причастна наиболее динамичная и стратегически мыслящая часть пермской элиты.

Разумеется, если элиты сами подвластны «реке времени», тогда они могут и хотят под ее диктатом (как бы реализуя message) осуществить конверсию форм капитала. В этом случае, вслед за П. Бурдьё, мы можем говорить об изменении отношения между унаследованным капиталом, имеющим определенный объем и структуру, и системой инструментов воспроизводства капитала, предполагающей относительно изменение структуры шансов получения прибыли. Все это «приводит к реструктуризации системы стратегий воспроизводства: владельцы капитала могут сохранить свою позицию в социальной структуре только за счет *конверсии* некоторых имеющихся видов капитала в другие, более рентабельные и легитимные при сложившемся состоянии инструментов воспроизводства <...> В тех социальных универсумах, где доминирующие **вынуждены постоянно изменяться** (выделено мной — С. К.) чтобы сохранять свою позицию, они с необходимостью дифференцируются, особенно в периоды быстрых трансформаций способов производства, в соответствии с уровнем конвертируемости их стратегий воспроизводства»³⁷. Такова, например, основа конверсии земельной аристократии в государственную бюрократию в Германии или царской России конца XIX века. То же происходит в постсоветские времена с партийной и хозяйственной бюрократией. А осуществивший серию культурных прорывов С. Дягилев разве не демонстрировал блестящий

пример конвертирования наследственного капитала? Именно он, благодаря способности схватывания логики функционирования поля символического капитала как особой целостности, вместе со своими коллегами по «Парижским сезонам» необычайно точно и удивительно концептуально назвал эту факультативную для классического капитализма сферу «миром искусства».

Слова, названия отнюдь не стерильны, они «конструируют социальную реальность в той же степени, в какой они ее выражают, и являются исключительными ставками в политической борьбе, в борьбе за навязывание легитимного принципа видения и действия, за легитимное осуществление эффекта теории», утверждал Бурдьё. Пермские локальные тексты интересны нам именно тем, что они демонстрируют незаконченный процесс негласных, но непрерывных переговоров агентов художественного или научного письма о своей идентичности. Авторы могут манипулировать текстами «отцов-основателей» жанра, событиями исторической дисциплины или именами из истории литературы, например, Стефана Пермского, Мамина-Сибиряка и Бажова, Осоргина и Пастернака, ради того чтобы на уровне более конструктивном, свойственном культурной политике по отношению к региональному пространству, выстроить набор не совпадающих, а иногда прямо даже альтернативных тактик, поскольку воображаемые «стены» Перми, которые предстоит преодолеть, для различных социальных слоев разные. Текстуальные стратегии В. В. Абашева и А. В. Иванова различаются еще и потому, что в первом случае они нацелены на собственные интеллектуальные элиты и главным образом на глобального пользователя путем внедрения нового представления о строении социальной реальности посредством частичного отказа от старой политической лексики. Во втором — тексты предназначены исключительно для внутреннего российского пользователя, ориентированы на иллюзорное сохранение ортодоксального видения («традиции», «наследия»). Этот эффект достигается путем сохранения культурных категорий, которые являются эвфемизмами для обозначения прежнего социального порядка; например, «демоны пермского язычества», «звероящеры пермского периода», «подземный мир» — для обозначения современных люмпенизированных слоев, а «город-стрелец» или «город-

лук» — для места «со смыслом», «евразийство» же применительно к Чусовой «как реке с миссией». Подобные стратегии конструирования пространства являются самыми типичными, т. к. они «нацелены на ретроспективную реконструкцию прошлого, применяясь к потребностям настоящего, или на конструирование будущего через творческое предвидение, предназначенное ограничить всегда открытый смысл настоящего»³⁸.

Поэтому всякий пишущий на региональные темы человек не только вовлечен в процесс символического освоения территории, превращения в капитал ее разнообразных ресурсов. Вольно или невольно он оказывается вовлеченным и в политические отношения, поскольку не просто занимается самовыражением, но в своих репрезентациях местных особенностей осуществляет символическое увековечивание отношений господства и подчинения, реализуемых путем взимания ренты с природных богатств.

Можно только приветствовать героические попытки захвата провинциальным городом и его элитами средств символического производства. Можно задуматься над тем, как протекает процесс смыслообразования в пермском локусе и как в нем отражается расклад доминирующих в региональном ландшафте политических и экономических сил, наконец, можно размышлять над тем, почему некоторым из пермских авторов удалось добиться исключительного признания в столичном медиасообществе, причем совершенно независимо от художественных достоинств текстов. Почему символическая репрезентация региональной идентичности со всеми ее древностями и «демонами» оказывается востребована Москвой более, чем какая-либо другая? Очевидно, потому что предложенный А. В. Ивановым медиапродукт отвечает насущной потребности, сформировавшейся в российском, в сущности, глубоко провинциальном общественном сознании (включая столицы как неотъемлемую его часть). Это потребность в ставшей уже традиционной со времен модернизма терапии, гипнозе на предмет обретения чувства «укорененности», устойчивости в эпоху грандиозных перемен, грозящих перехлестнуть катастрофические

> 38. Бурдые П. Социология социальных пространств. М., 2007. С. 79.

изменения формата существования российской экономики и культуры в начале прошлого века.

Но самое любопытное и заслуживающее внимания — это то, как происходит вторичное освоение иллюзорного разрешения реальных противоречий Пермского края, предложенное в ивановских текстах, в полифункциональном фестивале «Сердце Пармы». Связь между устройством времени и регионального пространства, мифологической иконографией по мотивам популярных романов и структурой субъективности, переживающей трансформацию координат воображения, проявляется в соединении семантики и соматики фестиваль, как известно, происходит на трех площадках: этно-рок-нью-эйдж-сцена, фольклорно-игровая ярмарка и ристалище (в сущности, мужской танец). Сочетание спорта, массового шоу и производит опыт коллективного действия, который эффективнее любого абстрактного социального знания способствует формированию чувства общности, интенсифицирует переживание современности как готовности (выносливости) к переменам. Такую роль играют так называемые «новые игры», которые принесли и новую «политическую программу»: «сотрудничество вместо состязательности, фантазия вместо стандартизации. Они принесли с собой и новую организацию времени: люди играли в игры здесь и сейчас, не обращая внимания на предыдущие рекорды. Вместе со значением результатов исчезла и временная кривая напряжения, которая была заменена некой ситуационной организацией времени. «Новые игры были «неповторимыми играми»: конечно, на самом деле в них можно было играть много раз, но в них играли, прежде всего, здесь и сейчас»³⁹.

А теперь попытаемся применить эти параметры, описанные в статье о спорте датского социолога, с позиций постструктурализма и критической философии жизни к интерпретации пространства пермских фестивалей («Сердце Пармы» не единственный, есть еще и «Пилорама», и Камва) как важного симптома проникновения в регион «экономики желаний» и технологически обслуживающей ее индустрии культуры. Разумеется, перед нами иная, чем

> 39. Эйхберг Х. Социальное конструирование времени и пространства как возвращение социологии к философии // Логос, 2006. № 3. С. 5, 13–14.
URL: <http://magazines.russ.ru/logos/2006/3/eih5.html>

в индустриальном обществе, полифункциональная конструкция пространства. Локус праздника не распределен по монофункциональным «коробкам»; здесь гиперреальность (место избытка, изобилия, ускорения) является компенсаторной по отношению к гипореальности (реальности дефицита, в том числе символического), провинциальной бедности, отчуждения, отверженности. Фестиваль как открытое, гедонистическое, зрелищное, развлекательное пространство, объединенное в общероссийскую событийную сеть, противостоит закрытости города в «трех-четыре пермских стенах» (согласно метафорике эссе А. В. Иванова). Наконец, креативное, динамичное, эмоционально окрашенное, многомерное и небанальное место ситуационно разворачивается, как скатерть-самобранка, здесь и сейчас, как альтернатива месту пустому, статичному, скучному, однообразному и банальному (на деле же они сосуществуют бок о бок, поскольку именно исключение «плохих мест, — пишет З. Бауман, — позволяет всему стальному сиять и наполняться значением»).

Подводя итог сравнительного анализа пермских локальных текстов, остановимся вкратце на позиции третьей группы авторов, преимущественно философов и социологов из ПГТУ, упомянутых выше, и нацеленных на изучение реального города (хотя не всегда эти интенции доводятся до конца). Моментом, сближающим коллективную монографию «Городские миры», изданную в данном вузе, с уже рассмотренными выше литературными репрезентациями края, служит признание того, что даже «в основе любых, самых строгих теоретических построений мы обнаружим миф, тщательно скрываемый от посторонних глаз»⁴⁰. Среди ряда достойных статей, включенных в монографию, отметим в качестве наиболее интересных для нас работы О. В. Лысенко о внутренней регионализации городского образовательного пространства в контексте социального разделения «центр/окраина» и А. С. Киммерлинг, предъявляющей читателям символические формы репрезентации социальных идентификаций воображаемого городского сообщества,

> 40. *Городские миры. Опыт гуманитарного исследования / под ред. О. Л. Лейбовича и А. Н. Кабацкого. Пермь, 2006. С. 5–6.*

включая окружение старины ореолом святости. Есть свои резоны в утверждении последнего автора о том, что выдуманый Юрятин замещает в групповом сознании гуманитарной интеллигенции непонятный, неуютный, угрожающий индустриальный город «эпохи накопления капитала с его зримыми общественными контрастами и постоянной социальной напряженностью. Идеализация прошлого воплощает в себе стремление найти в ушедшем адекватное средство для культурной самоидентификации среднего класса, включая сюда и новые элиты, которые не в меньшей мере, чем традиционные интеллигенты, испытывают нужду <...> в поиске и конструировании образцов, по которым следует выстраивать и собственное публичное поведение, и собственный имидж»⁴¹.

Оба автора подчеркивают социальную стратификацию пермской городской реальности, которая ведет к формированию своих культовых фигур, героев, нарративов у разобщенных социальных слоев, нуждающихся в легитимации в изменившихся условиях. Обе эти статьи прямо или косвенно бросают ответ и на рассмотренные нами тексты, позволяя увидеть разность позиций А. В. Иванова и В. В. Абашева именно как результат несовпадающих топологических позиций (различной социальной идентичности авторов, независимо от фактического проживания в центре или на окраине Перми). На окраине распространены традиционалистские способы социальной организации, такие как «иерархичность, патернализм, проницаемость границы между приватной и публичной сферами жизни <...> Жизнь городской окраины характеризуется <...> моностилизмом, <понимаемым как> отсутствие у индивида возможности для самостоятельного выбора форм презентации и вариантов жизненного сценария ввиду наличия чрезмерно жесткого контроля со стороны ближайшего окружения»⁴². Вполне возможно, что демонизация деформированной урбанистической

> 41. Кимерлинг А. С. Презентация в городской культуре // *Городские миры: опыт гуманитарного исследования*. Пермь, 2006. С. 242.

42. Лысенко О. В. О двух разных смыслах школы в центре и на городской окраине (по материалам исследований среднего образования в г. Перми) // *Городские миры: опыт гуманитарного исследования*. Пермь, 2006. С. 68, 69, 70.

среды, монофункциональность мифологем и героев (включая образы рек Чусовой и Камы) и есть превращенная символическая форма, репрезентирующая позицию автора, укорененного на окраине большого города?

Отметим еще две статьи в коллективной монографии «Городские миры», непосредственно связанные с формирующейся в Перми индустрией развлечений, с характерными названиями. Первая — «Жить в Перми опасно и страшно...» (к вопросу об аттракторах, ориентирующих в городском пространстве) — принадлежит О. А. Смоляк и В. В. Шабалину, вторая статья О. Д. Козловой, критическая в отношении городской культуры потребления и развлечений, называется «Городской Буратино». В первой авторы в результате анализа анкет студентов-первокурсников, адаптирующихся к сложному социокультурному ландшафту города, приходят к выводу, что среди данной категории молодежи «ориентация на укорененность в городской среде отождествляется с включением в различные формы досуга, с возможностью удовлетворять потребность в праздном общении. Все это говорит о том, что город воспринимается нашими героями как оппозиция их жизни *до того, как...*, куда они возвращаются на выходные. До тех пор, пока ландшафт *там* остается привычным, повседневным, город не будет повседневной жизнью»⁴³. При этом схемы представлений молодежи о городе включают в качестве аттракторов такие качества городской жизни, как «шумная, разнообразная, динамичная, интересная, успешная, счастливая»⁴⁴.

Заслуга этих авторов в том, что они вводят еще одно измерение в пермское пространство — городские развлечения и креативное потребление, сопутствующие выдвижению молодежи на место приоритетной возрастной группы. Вот что говорится об этом новом для России феномене в аналитическом докладе фонда «Центр стратегических разработок «Северо-Запад»»: «Юность перестала рассматриваться как

> 43. Смоляк О. А., Шабалин В. В. «Жить в Перми опасно и страшно...» (к вопросу об аттракторах, ориентирующих в городском пространстве) // *Городские миры: опыт гуманитарного исследования*. Пермь, 2006. С. 286

44. Там же.

подготовительная стадия к взрослой жизни. В некоторых областях общественной жизни она была приравнена к финальной стадии развития человека (например, в спорте, развлечениях, чистой математике и проч.). Появилась мощная индустрия, среагировавшая на этот сдвиг в обществе и сделавшая ставку на молодежь как на активную покупательную и производительную силу (производители косметики, модной одежды и аксессуаров, бытовой техники и проч.). Родители начали учиться у детей»⁴⁵. Критический настрой гуманитариев из ПГТУ к проникновению на пермскую землю «игрового поля цивилизации досуга» показывает, что существует проблема, зафиксированная Т. Абанкиной, В. Н. Княгининым. Как превратить воображение и желания разных социальных и возрастных групп, структурировав их при помощи популярных текстов и символов, «в некую внятную для всех операциональную управленческую реальность»? Набирающая мощь тенденция появления новых, разнообразных, альтернативных форм организации досуга — пусть ситуационно, хотя бы на время, меняет эмоциональную маркировку ландшафта и мироощущение проживающих в нем людей с «ущербного, дефицитного» на «богатый, изобильный». В таком случае проблема символической бедности и богатства может быть представлена с еще одной стороны: адекватности медиадискурса, включая в него научный (культурно-географический) и художественный, который мог бы санкционировать этот новый и непривычный для российской глубинки сегмент городской экономики (оцениваемый учеными как «неподлинный, ребяческий»). Пример с преобразованием текстов А. В. Иванова в рамках фестивального акционизма, осуществленным за пределами непосредственного чтения «Сердца Пармы», показывает, что разыгрывание образов «внутреннего врага» и дискурса преодоления препятствий служит достаточно эффективным способом обогащения символически относительно бедного провинциального пространства.

> 45. Постиндустриальный переход в высшем образовании России: на примере анализа развития рынка образовательных услуг северо-запада Российской Федерации: доклад за 2005 год. // Фонд «Центр стратегических разработок “Северо-Запад”». С. 81.

Разумеется, за каждой из описанных выше текстуальных стратегий и культурных практик стоит своя онтология, своя очевидность, принимаемая за точку отсчета в качестве сценической площадки для старых языковых или новых «сетевых» игр. Все они объединены общей концептуальной рамкой: город — это пространство борьбы как преодоления преград или пространство творчества как преобразования потоком человеческих желаний самых банальных вещей и мест в предметы и локусы символически насыщенные, а потому «богатые и странные». Все они могут быть по-своему эффективны в качестве технологий реструктуризации старопромышленных территорий, но только в том случае, если литература или культура выйдут за рамки своего автономного, модернистского существования, перестанут быть функциональными «коробками» для производства абстрактных, бестелесных смыслов. Сдвиг будет возможен, когда герои великого пастернаковского романа перестанут возвращаться исключительно в рамках ностальгического топоса. Но вот вопрос: как прочитать его к столетию «великой и ужасной российской революции» так, чтобы, рискуя утратить академическую чистоту прочтения «Доктора Живаго», развернуть его в сторону расширения рынка внутреннего потребления в крае основного в развитых странах, и этим хоть как-то стимулировать развитие новых рынков творческих услуг индустрии культуры.

**Дмитрий Николаевич
ЗАМЯТИН**

Доктор культурологии, заведующий сектором гуманитарной географии Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачева (Москва)

**Надежда Юрьевна
ЗАМЯТИНА**

Кандидат географических наук, старший научный сотрудник сектора гуманитарной географии Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачева (Москва)

**> ИМИДЖЕВЫЕ
РЕСУРСЫ
ТЕРРИТОРИИ:
ИДЕНТИФИКАЦИЯ,
ОЦЕНКА, РАЗРАБОТКА
И ПОДГОТОВКА
К ПРОДВИЖЕНИЮ
ИМИДЖА >**

Основные элементы потенциальных имиджей территории базируются на оценке значимости отдельных фактов, событий, имен. Эти факты, имена и события должны быть значимы не только в рамках собственно локальной истории и географии территории, но и выводить их в более масштабные образно-географические контексты.

В настоящей статье мы предлагаем технологию идентификации, оценки и разработки имиджевых ресурсов территории, а также подготовки к продвижению содержания имиджа. В такой технологии заинтересован сегодня широкий круг субъектов территориальной деятельности. Это территориальные органы власти, региональные общественные организации, регионально ориентированные промышленные и финансовые корпорации, а также операторы недвижимости.

Технология представляется универсальной и может быть применена к территории любого уровня: от поселения до региона.

Результаты исследования представляются в виде пакета документов.

1. Имиджевый паспорт территории.

Включает:

- а) образно-географическую схему территории;
- б) карту знаковых мест территории;
- в) профиль имиджевых ресурсов территории;
- г) образную формулу территории.

2. Текстовый «имидж».

3. Мифологическая характеристика территории.

4. Содержательные стратегии разработки имиджа территории.

5. Модель презентации имиджа территории.

6. Брендинг территории в определенном сегменте.

В следующем далее описании технологии мы опираемся на собственные разработки для городов Касимова (Рязанская область) и Ельца (Липецкая область).

1. Имиджевый паспорт территории

Имиджевый паспорт территории представляет собой результат выявления и каталогизации имиджевых ресурсов территории, оценки взаимосвязей и перспективности продвижения отдельных их видов. Результаты анализа имиджевых ресурсов территории представляются в четырех взаимодополняющих продуктах.

А. Образно-географическая схема территории

Образно-географическая схема территории показывает наиболее перспективные элементы потенциальных имиджей территории, относительную значимость и содержательные взаимосвязи отдельных элементов.

Выявление основных элементов потенциальных имиджей территории базируется на оценке значимости отдельных, выявленных в ходе предполевого сбора материалов фактов, событий, имен. Эти факты, имена и события должны быть значимы не только в рамках собственно локальной истории и географии территории, но и выведены в более масштабные образно-географические контексты. Так, имена Тамерлана и Бунина, разрушение Ельца войсками Тамерлана, возведение Вознесенского собора по проекту архитектора Тона, очевидно, являются потенциальными образными узлами города Ельца, поскольку выходят уже за пределы истории и географии Ельца в узком смысле. Важно отметить, что выявление таких узлов возможно при наличии эмоциональной ауры, уже существующей вокруг маркированных фактов, имен и событий (городская мифология, жития святых, художественные произведения и т. д.).

Составление образно-географической схемы территории призвано максимально систематизировать собранные материалы уже идентифицированные и разработанные элементы имиджа. Графическое представление с помощью теории графов различных исторических фактов, событий, имен, топонимов, художественных ассоциаций, топографических маркеров, масштабных историко-географических понятий, осмысленных иерархически и связанных между собой, позволяет наиболее простым и наглядным способом моделировать потенциальные имиджи территории.

Б. Карта знаковых мест территории

Выявление знаковых мест территории ведется в ходе полевых исследований. Они могут быть описаны и после экспедиции, однако именно непосредственное пребывание исследователя в городе, его попытка уловить в городской топографии метауровень, возможности ее образной трансформации в метагеографию представляет особую ценность. Знаковые места территории — это определенные выделенные исследователем локусы регионального пространства,

обладающие, с его точки зрения, особыми значениями и смыслами, формирующими «тело» территории.

Продукт представляет собой географическую карту территории с нанесенными на нее знаковыми местами. Условно обозначены иерархия и содержательные типы указанных знаковых мест.

В сокращенном варианте работы карта знаковых мест территории может быть заменена их списком.

В. Профиль имиджевых ресурсов территории

Под *имиджевыми ресурсами местности* понимается совокупность знаков и информационных объектов, связанных с данной местностью генетически или содержательно и имеющих то или иное знаково-символическое значение.

Профиль имиджевых ресурсов территории представляет собой наглядное условное изображение основных характеристик имиджевых ресурсов территории, а именно:

- тематических групп ресурсов;
- степени отражения определенной тематической группы ресурсов в современном ландшафте территории:
(1) ландшафтная среда, соответствующая определенному имиджу; (2) отдельные точки (памятники, строения и т.д.); (3) имидж не имеет признаков в современном ландшафте;
- соответствия имиджевых ресурсов определенной тематической группы отдельным участкам изучаемой территории.

Основное содержание профиля — тематически сгруппированные имиджевые ресурсы. Каждая тематическая группа ресурсов отображается на профиле определенным условным обозначением.

1. *Поверхностный слой* отражает имиджевые ресурсы местности, *выраженные в современном ландшафте*. Выделяются два основных вида ресурсов, выраженных в ландшафте. Каждый вид отражается на профиле двумя разными способами.

Первый вид ресурсов, которые могут быть выражены в современном ландшафте, — это *средовые зоны*. Это тот случай, когда имиджевым ресурсом является собственно среда той или иной части города: комплексный ансамбль торговой площади или монастыря, традиционная усадебная застройка, садово-парковый комплекс, комплекс зданий

дореволюционной промышленной архитектуры и т. д. Места, в которых профиль пересекает целостные ландшафты, отображаются соответствующей штриховкой.

Второй вид ресурсов, которые выражаются в ландшафте, — это отдельные знаковые объекты: отдельный памятник архитектуры, беседка, ворота, вокзал и т. д. Знаковые объекты отображаются немасштабными знаками со штриховкой.

Различие между средовыми зонами и знаковыми объектами носит количественный характер: средовые зоны можно отобразить в масштабе профиля, а знаковые объекты настолько малы территориально, что для их изображения приходится использовать немасштабные знаки.

2. Специфический *видовой слой* отражает *визуальные* ресурсы города. Кружками отражаются возможные точки обзора (внутри кружка по возможности закрашивается сектор предпочтительного обзора). В случае если изображаемая на профиле местность с какой-либо точки представляет собой выгодную панораму (например, вид города с реки), то открывающиеся на панораме участки местности помечаются дугами; выгнутая сторона дуг соответствует направлению на лежащие вне профиля точки обзора.

3. *Подповерхностный (внеландшафтный информационный) слой* отражает внеландшафтные имиджевые ресурсы территории, а именно: отдельные тексты, имеющие отношение к территории, а также совокупную касающуюся территории информацию по определенной теме (период Касимовского царства, период регулярной речной навигации, добыча руды в окрестностях города и т. д.).

Территориальное расположение знаков подповерхностного слоя соответствует той зоне в современном ландшафте, в которой отражен или мог бы быть отражен соответствующий ресурс в виде средовых зон или знаковых мест.

В подповерхностном слое используются два вида условных знаков.

Первый вид — *площадные условные знаки*. Ими отражаются структурно-сложные ресурсы, которые имели ярко выраженное развитие во времени, связанное с накоплением или рассеянием информации. Это, например, комплекс информации по существованию Касимовского царства или более простой — по окской навигации, купеческой деятельности и т. д.

Второй вид условных знаков — *внемасштабные* знаки. С их помощью отражаются единовременные события, имеющие знаково-символическое значение для данной местности: появление знаковых текстов, строительство определенных архитектурных комплексов и т. д.

Г. Образная формула территории

Образная формула территории включает два-три объекта территории (архитектурный, культовый, музейный объекты, видовая панорама), имеющих наиболее выигрышные, с точки зрения условного внешнего посетителя, визуальные и памятные репрезентации. Подобная формула близка по содержанию традиционным туристским аттракторам, несомненно, отслеживаемым и фиксируемым туристическими фирмами. Тем не менее стоит обратить внимание, что в случае профессионально-туристского выделения городских аттракторов сами объекты-аттракторы оказываются практически без содержательных контекстов, своего рода «голыми» репрезентантами посещаемого туристами города. Хотя организаторам туристических экскурсий и понятны общие механизмы построения таких аттракторов, эти механизмы остаются вне каких-либо масштабных попыток создания диверсифицированного образа территории. В «образной формуле» территории аттракторы увязаны с более широкими контекстами разработки и продвижения гуманитарно-географических имиджей территории. В качестве таких контекстов могут восприниматься образы-архетипы, мифы, метафоры и метонимии, связанные с определенной территорией. Объекты территории, включенные в формулу, как правило, условно суммируются с помощью математического символа сложения, тогда как образы-архетипы включаются в формулу с помощью символа умножения. Соответственно, мифы, метафоры и метонимии помещаются в рамках формулы с помощью символа деления в знаменателе. Следует, конечно, отдавать себе отчет в условности подобной формулы. Тем не менее, образная формула территории помогает выделить наиболее существенные компоненты образа территории и обозначить их значимость в целях разработки в дальнейшем различных стратегий продвижения имиджа территории.

2. Текстовой «имидж» территории

Создание текстового «имиджа» территории предполагает подготовку небольшого текста (0,5 – 1 с.) описательного характера, дающего четкое представление о наиболее важных образах изучаемой территории. Внешне этот текст может напоминать традиционные рекламные тексты или типичные тексты из туристических буклетов. Желательно, чтобы такая «картинка» сама по себе также была образной, создавала впечатление целостности видения образа территории. Ниже будет приведен пример текстовой «картинки» города Ельца.

3. Мифологическая характеристика территории

Создание мифологической характеристики территории коррелирует с выделением и осмыслением потенциальных образных брендов территории. На основании отдельных образных элементов — чаще всего это исторические факты и события, биографии выдающихся людей, связанных с городом, — создаются экстравертные региональные мифологии, с одной стороны, связанные с топографией территории (например музей-квартира, памятник, бюст, памятная доска на стене дома, культовый объект, памятная могила и т. д.), с другой стороны, ориентированные на встраивание в «большие истории» и «большие мифологии» (на уровне страны, более крупного региона, иногда и всего мира).

Использование мифологической характеристики территории подразумевает поддержку региональных мифов на уровне различных региональных и локальных мероприятий (театрализованные действия, перформансы, какие-либо знаковые действия в рамках Дня города, района, области, отмечание памятных дат и т. д.).

Продукт включает:

- список основных мифов, актуальных для данного города;
- краткую характеристику каждого мифа;
- список существующих опорных точек каждого мифа в ландшафте города;
- список потенциальных опорных точек в ландшафте города, необходимых для поддержания и культивирования каждого мифа;
- список возможных мероприятий, способствующих поддержке каждого мифа.

4. Содержательные стратегии создания имиджа территории

Основа содержательных стратегий создания имиджа территории состоит в разработке позитивного, «возвышенного», с аксиологической точки зрения, и в то же время весьма вариативного образа. Такой «возвышенный» образ, несомненно, должен базироваться на историко-культурном и природном наследии региона; при этом сам образ заранее может носить перспективный (перспективный) характер. Особенно важно подобное видение интерпретации для малых и средних городов с депрессивной социально-экономической средой, а также для монофункциональных по специализации городов и территорий. Аналогичный (перспективный) подход применим для фронтальных городов и регионов (в условиях России города Крайнего Севера, Сибири и Дальнего Востока), чье население чаще всего нуждается в целенаправленном культивировании и возвращении собственной городской и региональной идентичности. Возможна разработка нескольких альтернативных (или взаимодополняющих) стратегий для каждой территории.

Для совокупности возможных стратегий создания имиджа определенной территории составляется *когнитивная схема развития гуманитарно-географического образа территории*. Когнитивная схема развития гуманитарно-географического образа территории включает основные мыслительные цепочки развития возможных образов территории со следующими звеньями:

Возможные бренды
>
Образы-архетипы
>
Типовые образы
>
Метафоры и метонимии
>
Визуальные символы, знаковые места
>
Ключевые тексты, мотивы презентации

Схема отражает также возможные логические связи между различными стратегиями.

Итоговый продукт включает краткие характеристики возможных содержательных стратегий создания имиджа территории и когнитивные схемы развития соответствующих образов. Продукт применим на этапе стратегического планирования имиджа территории.

5. Модель презентации имиджа территории

Модель презентации имиджа территории разрабатывается для построения программы брендинга образа территории, подробного описания возможных мероприятий и действий для продвижения образа. Модель представляет собой структурное описание наиболее важных с позиций формирования бренда образных элементов: ключевые тексты, являющиеся источником основных знаков и символов имиджа; наиболее важные визуальные символы, внешние образы и символы, собирающие образ; основные мотивы презентации образа.

6. Брендинг территории в определенном сегменте

Заключительный этап работы с имиджевыми ресурсами территории связан с непосредственным выполнением тех или иных прикладных заказов в специализированных сегментах:

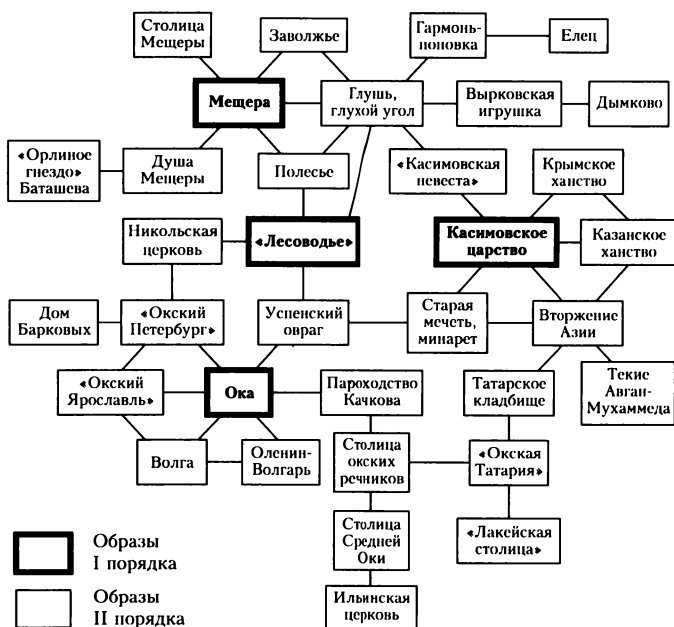
- культурная деятельность и образование;
- социальная деятельность;
- экономика и привлечение инвестиций;
- политическая деятельность в целях рекламы и развития связей с общественностью.

Суть данного этапа в тонком структурировании наработанных материалов и моделей и их насыщенной интерпретации в предлагаемых ситуациях и контекстах.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.

Пример имиджевого паспорта г. Касимова (Рязанская обл.)

А. Образно-географическая схема Касимова



Б. Список знаковых мест Касимова

1. Дом с ротондой (Алянчиковых), краеведческий музей. Смысл: создание простора, обзора, кругозора в пространстве Касимова.

2. Старая мечеть, минарет. Смысл: сакральная вертикаль Востока, Азии; вторжение Азии.

3. Дом Барковых на набережной. Смысл: декорация касимовского пространства; купеческий ампи́р создает иллюзию «окского Петербурга».

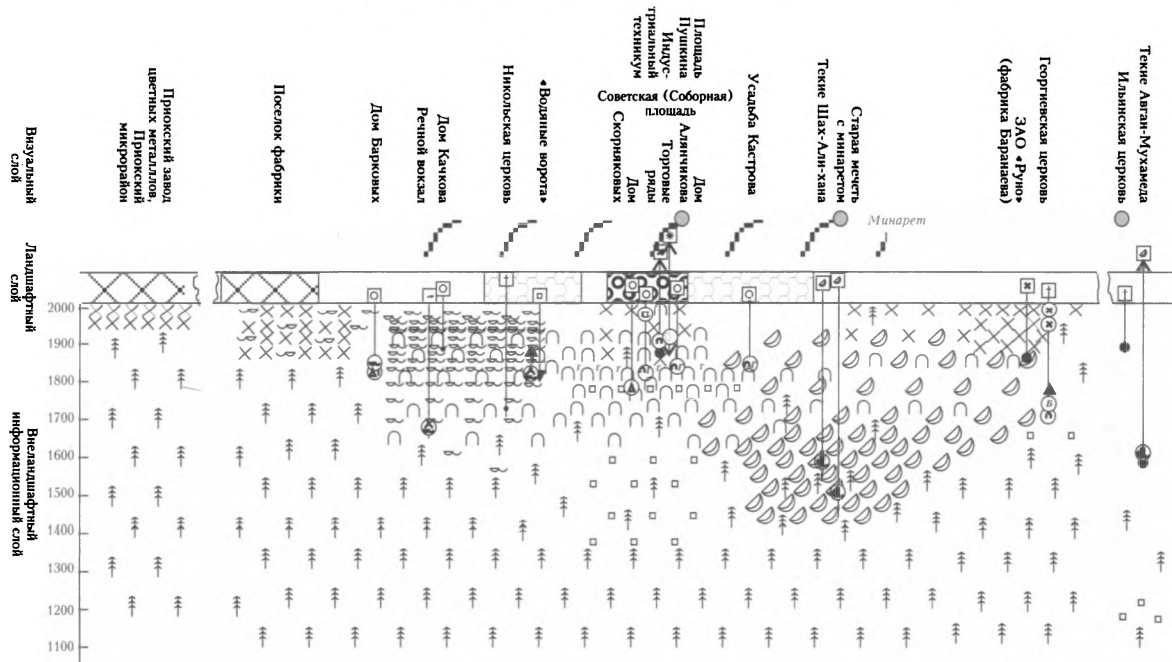
4. Успенский овраг. Смысл: одомашнивание пространства Касимова, построение уюта внутри города.

5. Ильинская церковь на Старом Посаде. Смысл: расширение Касимовского пространства видом на Оку, превращение Оки в городскую собственность (напротив Советской площади Ока просто течет равнодушно мимо).

6. Татарское кладбище. Смысл: ощущение открытости, степной незащищенности пространства города.




7. Текие (мавзолей) Авган-Мухаммеда. Смысл: нарастание границы города, уход Касимова из Мещеры (за пределы Мещеры), появление образа страны в контексте города.

В. Профиль имиджевых ресурсов Касимова (с легендой)



УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ








Визуальный слой

-  Смотровые площадки (обзор с данной точки);
радиус обзора — 360°
-  Знаковый вид (вид данного места извне)
-  Направление взгляда на знаковый вид




Ландшафтный слой

-  Знаковое место
-  Знаковая среда
-  Знаковое место, расположенное
на некотором удалении
от линии профиля
и направление на него

Функционально-содержательная принадлежность знаковых мест





-  Объекты с торгово-
презентационными функциями
(торговые ряды, дома купцов и т. П.)
-  Производственные здания,
технические училища
-  Культовые христианские объекты
-  Культовые мусульманские объекты
-  Административные объекты
и маркеры территории
-  Объекты обслуживания судоходства
-  Скверы и площади

средовых зон




-  Торгово-
презентационная
-  Фабрично-
заводская
-  Мещанская
(обывательская)

Внеландшафтный информационный слой

Информационная нагрузка знаковых мест


-  Отдельные факты, связанные с возникновением знакового места
-  Отдельные факты, связанные с существованием знакового места
- Общий информационный контекст возникновения знакового места:
 -  - с точной датой
возникновения
знакового места
 -  - с условной или
неизвестной датой
возникновения
знакового места







Общая информационная среда развития местности

-  Отдельные факты, не связанные с определенным знаковым местом
-  Отдельные факты, связанные с несохранившимся знаковым местом
-  Общий информационный контекст развития местности

Расшифровка тематической нагрузки внеландшафтного слоя

Курсивом обозначены явления, ставшие границами развития того или иного контекста

| Информационная нагрузка знаковых мест | | Информационный контекст развития местности | | Информационный комплекс |
|---------------------------------------|--|--|--|-------------------------|
| | | Ярко выраженный, преобладающий | Неярко выраженный или в сочетании с другими контекстами | |
| ① | Методы лекарей Барковых: лечение травами | |  <p>Традиционное хозяйство Мещеры. Бортничество. Деревообработка. Деревянные изображения святых. Легенды о разбойниках на Муромской дороге. Песня А. Вельмана «Время! Веди меня коня ты любимого...». Народные промыслы, связанные с деревообработкой в деревнях района; коллекция деревянных самоваров в педагогическом училище. «Со стороны Мурома Касимов деревня...» (Александр II). «Древесиноведение» С. И. Ванина. Газета «Мещерская новь» (с 1917 г., Название с 1961 г.)</p> | Лесной |

| | | | | | | |
|---|---|---|--|--|--|-------------------------|
|  | Известняк с каменоломен по Оке использован для строительства минарета и текие. Прибытие по реке монарших особ. Открытие пароходства Барковым и Львовым. |  | Пароходство (с 1858 г.); регулярное пароходство с 1873 г., «Товарищество по реке Оке». Пароходство Качкова (пароходство наследников Качкова). Судоремонтные мастерские; ПТУ речников (с 1940 г.); линейная больница водников |  | Традиционное рыболовство (рыбный оброк касимовским царевичам). Никольская церковь (на месте Никольского монастыря), 1701 г. Никольский овраг. <i>Ослабление значения водного транспорта со строительством автомобильной и железной дорог (1959—61 гг.)</i> Каменоломни и карьеры известняка по Оке; перевозка по Оке строительных материалов | Речной |
| | | | |  | Крепость Городец-Мещерский (1152-1376); Новый Городец (Новый Низовой город) — с 1370-х. Пушкарская слобода. Преобразования, связанные с получением статуса уездного города (1778 г.), регулярный план застройки (1780 г.) | Военно-административный |
|  | Строительство купеческих домов; строительство Георгиевской церкви; Техническое училище в перестроенном доме Якунчикова (с 1901 г.) | | |  | Торговая площадь. Торговые ряды (1818-1824). Деятельность крупных купцов Алянчиковых, Якунчиковых, Салазкиных, Касстровых, Бараневых, Вереина и др. Казанская ярмарка. «Со стороны Мурома Касимов деревня, из-за Оки — губернский город» (Александр II). Деятельность второстепенных городских купцов XVIII — XX вв. Магазины фирмы «Кротберс» | Купеческий |

| | | | | | | |
|---|--|-----|---|-----|--|---------------------------------------|
| △ | Происхождение Барковых из крепостных заводчиков Баташевых. Легенда о происхождении дома Скорнякова («Воеводский дом»): Подарок Баташева | | | | | Горнозаводский («Уральский») |
| ⊗ | Механотехническое училище, старейшее в Рязанской области, учрежденное «в обход» губернского центра ввиду развития Касимовской промышленности (1896 г.). Использование под склад овчинно-меховой фабрикой, реставрация Георгиевской церкви при помощи ЗАО «Руно» | xxx | Троицкая машинная прядельно-канатная фабрика (фабрика Зайцева, Касимовская сетевая-зальная фабрика), основана в 1851 г. («Дело Артамоновых»), поселок фабрики. Приокский завод цветных металлов, пущен в 1989 г., капитальный мост через Оку (1985 г.) | ⊗ ⊗ | Предприятия купца Салазкина (чугунолитейный завод, мельница и др.). Кожевенные заводы Верейна, Пустовалова, Умнова, мерлушечные заведения и др. (конец XIX — начало XX в.) Приборный завод (1971 г.), Касимовхолд (1965 г.). Швейная фабрика. Фирма «Кротберс» | Фабрично-заводской (производственный) |
| | | | Касимовское царство (1446 – 1681). «Исследование о касимовских царях и царевичах» В. Вельяминова-Зернова (1863 – 1866) | | Традиционное кожевенное производство; крупный купец и промышленник Фатех Кастров (фирма с 1862 г.); владел отарами в Средней Азии. Трагедия С. Н. Глиники «Суимбека, или Падение Казанского царства». <i>Резкая механическая убыль татарского населения в конце XIX — начале XX в.</i> | Татарский национальный |
| ⊗ | Изготовление поддужных колокольчиков (пл. Пушкина) | | | | | Дорожный («ямской») |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--------------------------|---|------------------------|
| Ⓐ | Посещение Петром I, 1695 г. и 1722 г. Посещение наследником, будущим Александром II и В. Жуковским, 1837 г. (был памятник-бот) | | | | | «Царский» |
| Ⓢ | Использование в качестве образца дореволюционной жизни: съемки фильмов «Сестры», «Инкогнито из Петербурга» | | | <input type="checkbox"/> | Коллекция самоваров. Неординарные столбы ворот. Повесть С. Терпигорева «Лакейская столица». Гармонь-поповка («касимовка») | Мещанско-обывательский |
| Г | Дома, построенные И. С. Гагиным | | | ГГ | Архитектурно-градостроительная деятельность И. С. Гагина | |
| Б | Предполагаемая могила шута Балакирева | | | | | |

Г. Образная формула Касимова

(Лес+Вода)*(панорама города из-за Оки +

+ Дом Алянчиковых)

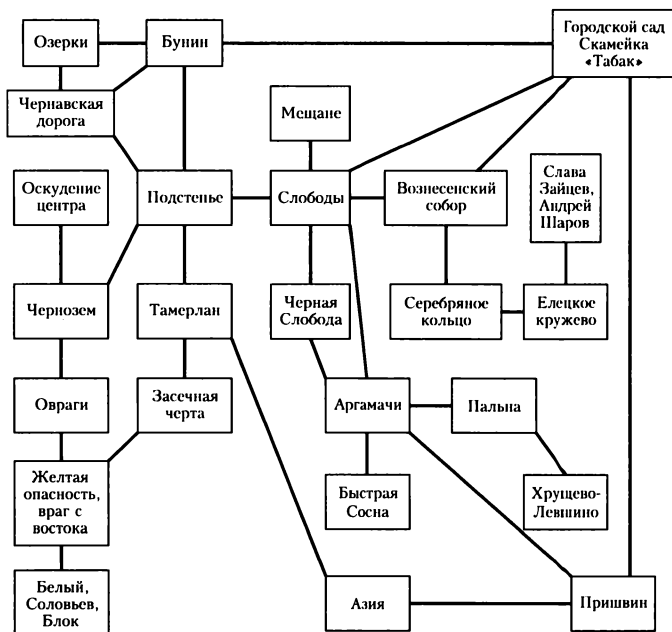
Окский Петербург + душа Мещеры + Азия на Оке

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.2.

Элементы имиджевого паспорта

г. Ельца (Липецкая обл.)

А. Образно-географическая схема Ельца



Б. Список знаковых мест Ельца

- 1) Связка Введенская церковь — Вознесенский собор. Смысл: исток, родник Елецкого пространства, его энергетика.
- 2) Аргамачья слобода. Смысл: движение в город, его соби́рание, порождение, создание.
- 3) Знаменский Каменногорский монастырь. Смысл: оправдание, обоснование Ельца в православном контексте, культуре.
- 4) Церковь Елецкой Божьей матери. Смысл: растяжение и одновременное упрочнение Елецкого пространства, его ткани (священный покров над городом, его нити).
- 5) Дом-музей Бунина. Смысл: создание мещанского, обыденного пространства Ельца, его «национального характера», души и уюта.
- 6) Часовня ельчанам, погибшим в 1395 г. во время нашествия Тамерлана, на Старом кладбище. Смысл: выход во внеелецкое пространство Родины, в онтологическое пространство Руси или России.
- 7) Торговая улица. Смысл: проход, просвет во время Ельца, жизнь Елецкого времени как растяжение топографии («топографическое время» города).
- 8) Башня с часами и пожарная каланча. Смысл: напоминание о вертикальных структурах образа Ельца, суррогат сакральных вертикалей города, попытка «дотронуться» до покровы Богоматери, охраняющей Елец.
- 9) Городской сад. Смысл: жизнь без Собора, уход в пространство провинции и уезда, нахождение городской идентичности, ее размещение.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

Текстовый «имидж» Ельца

Собор высится над рекой Быстрой Сосной, притоком Дона. Крутые берега реки разделяют живописные слободы. Старинный центр обещает немало встреч с уездной архитектурой уютного среднерусского города. Он расположен в Подстепье, а из степи на него неоднократно накатывались кочевые орды.

Земля Ельца богата — богата природой и культурой вместе. Чернозем и крутые овраги, многочисленные помещичьи усадьбы, из которых вели свое происхождение Иван Бунин и Михаил Пришвин. Знаменитая усадьба Пальна неподалеку от города стала родовым гнездом знаменитой дворянской семьи Стаховичей.

Мифы Елецкой земли обещают немало интересного: жестокий разбойник Кудеяр подстерегал путников на подступах к городу, кулачные бои собирали сильнейших бойцов из городских слобод и Пальны, а Нина Заречная из чеховской «Чайки» долго гастролировала в городском театре. Елец спас Москву от нашествия Тамерлана: грозный завоеватель, взяв город, повернул обратно в степи. В городском саду есть скамейка, на которой гимназист Михаил Пришвин замыслил свой побег в Азию, и есть там душистые цветы «табак» — символ первой любви героя романа Бунина «Жизнь Арсеньева».

Елец — незаменимое звено Серебряного кольца русских городов вокруг Москвы. Елецкий университет — уникальное культурное гнездо всего российского Черноземья. Городские музеи собирают и показывают образ Ельца, жизнь елецких уроженцев в истории страны, не представляемой без этого города на границе леса и степи.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

Список основных мифов г. Боровска (Калужская обл.)

(В скобках перечислены основные факты, лежащие в основе каждого мифа)

Патриотический миф (участие боровско-серпуховского князя Владимира Андреевича Храброго в Куликовской битве, оборона Боровско-Пафнутьева монастыря от поляков в эпоху Смутного времени, пребывание Наполеона в Боровске во время отступления от Москвы), **ноосферный миф** (в Боровске жили Николай Федоров и Константин Циолковский, развивавшие «философию космизма»; в настоящее время существует ноосферный лицей); **миф города художников** (в 1970—1980-х гг. начинается художественное освоение пейзажей Боровска и его окрестностей в основном московскими художниками, создается своего рода дачно-художественная колония в самом Боровске и неподалеку от него). В качестве «запасного» можно рассматривать и **миф старообрядчества**. Такие мифы могут связываться в единую схему, имеющую топографическую основу; в случае Боровска это живописная долина прихотливо меандрирующей реки Протвы, которая способствует воображению города как органичного элемента «большой» русской истории и эталонной среднерусской природы, как бы сливающихся друг с другом.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.1.

Стратегии развития имиджа Ельца

1. **Осевая (стержневая) стратегия.** Иначе можно назвать контекстной. Ключевой образ: «Страж Руси». Вписывание, называние в одном ряду с такими городами, как Смоленск и Псков. Хотя каменные крепости этих городов были несравнимы с деревянной крепостью Ельца, однако функциональные роли пограничных защитников Руси (запад, северо-запад, юг) сходны. Такая стратегия явно «приподнимает» Елец, дает ему «имя». Стратегия странового (государственного) уровня.

2. *Интенсивная стратегия*. Использование историко-культурного наследия Ельца и Верхнедонского региона (Задонск, Ливны, Лебедянь, бунинские и пришвинские места). Ключевой образ: «Духовный центр Верхнедонья». Елецкие ориентиры (знаковые места): Вознесенский собор Введенская церковь (о. Нектарий — дом Бутягиных-Розановых — дом Бунина — дом Пришвина — гимназии — Елецкое землячество и др.). Стратегия локального уровня.

3. *Экстенсивная стратегия*. Направлена на развитие образа (бренда) города вовне. Может быть использовано имя И. А. Бунина (мировая известность); возможно, также имя Тамерлана (широко известно, определенный символ). Стратегия международного уровня.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.2.

Стратегии развития имиджа Боровска

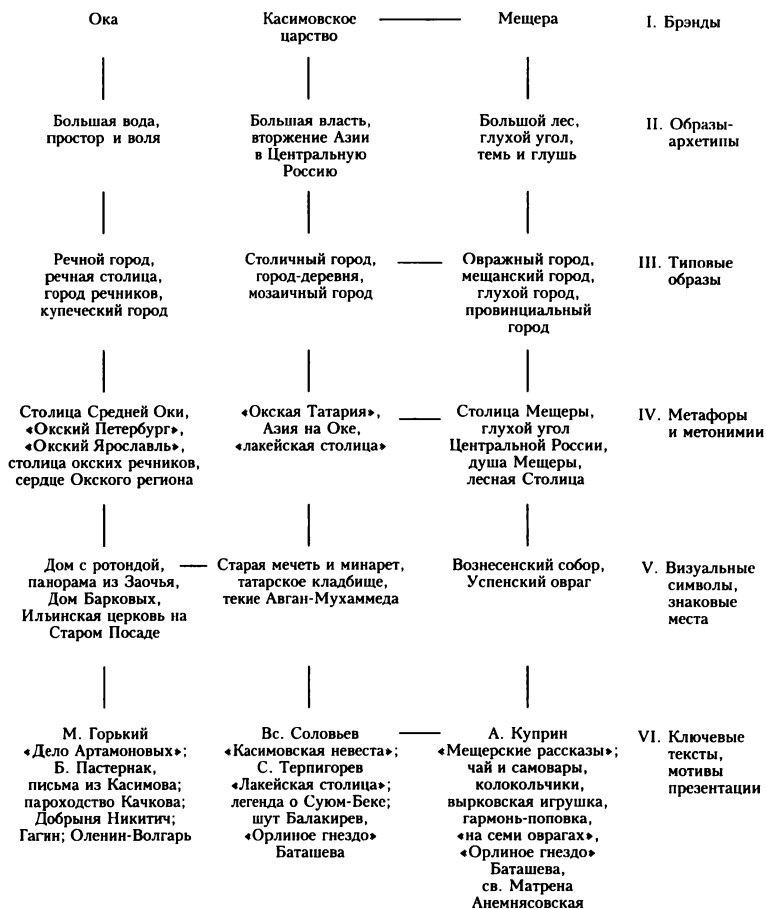
1. *Осевая (стержневая) стратегия*. Основной образ «Монастырский центр», внутренняя колонизация. Помещение в ряд монастырских центров: Боровск — Сергиев Посад — Кириллов — Ферапонтово.

2. *Интенсивная стратегия*. «Сердце Протвы», главный город Протвы, глубинный центр Поочья. Центр Верхнеокского историко-культурного гнезда.

3. *Экстенсивная стратегия*. Бренды: Циолковский на международном уровне (но конкурент — Калуга), Пафнутий Боровский — на российском уровне. Пока не задействован бренд старообрядчества (старообрядческий центр).

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.3.

Когнитивная схема гуманитарно-географического образа Касимова



ПРИЛОЖЕНИЕ 5.1.

Модель презентации образа Ельца

Гуманитарно-географический образ Ельца (далее — ГГО Ельца) центрирован образом Подстепья. Он промежуточен по отношению к ГГО южных (казачьих) территорий и к ГГО центрально-российских территорий (оппозиция лес — степь).

Ключевые тексты ГГО Ельца — роман Ивана Бунина «Жизнь Арсеньева» и роман Михаила Пришвина «Кашеева цепь». Это источники основных знаков и символов Ельца и его окрестностей.

Наиболее важные визуальные символы Ельца — Вознесенский собор, городской сад, слободы Черная и Аргамачи, театр.

Внешние образы и символы, собирающие ГГО Ельца: Серебряное кольцо, Тамерлан, Засечная черта, овраги, Азия, чернозем.

Мотивы презентации образа: Нина Заречная, мещанин Ростовцев, кулачные бои, елецкое кружево и мода, скамейка Пришвина и цветы «табак» Бунина в городском саду, нашествие Тамерлана и восстановление города, татарский князь в слободе Аргамачи, домик марксиста Ефима Несговорова в Черной слободе, Вознесенский собор и Храм Христа Спасителя в Москве; желтая опасность, враг с Востока и овраги.

Эффективность образа: музейные экспозиции, установка небольших памятников и памятных знаков, массовые народные гуляния и действия (кулачные бои), общегородской хеппинг (нашествие Тамерлана), маршрут городской экскурсии, использование брендов «Бунин», «Пришвин», «Арсеньев», «Тамерлан», «Аргамачи», «Нина Заречная», «Несговоров», «Серебряное кольцо».

ПРИЛОЖЕНИЕ 5.2.

Модель презентации образа Касимова

Центрирован образом Мещеры.

Ключевые тексты: Вс. Соловьев «Касимовская невеста»; М. Горький «Дело Артамоновых»; С. Терпигорев «Лакейская столица»; Б. Пастернак «Письмо родителям из Касимова»; А. Куприн «Мещерские рассказы».

Визуальные символы: дом с ротондой (Алянчиковых), минарет, панорама города из-за Оки, Вознесенский собор, Петровские заставы.

Внешние образы и символы, собирающие образ: степь, кочевые государства, Евразия, Азия, лесная глушь.

Мотивы презентации образа: чай и самовары, легенда о Суюм-Беке, город на семи оврагах, развитие пароходства и товарищество Качкова, касимовская невеста, шут Балакирев.

Эффективность образа: установка памятников Гагину, развитию пароходства на Оке, театральные действия «Касимовская невеста» и «Легенда о Суюм-Беке», музейные экспозиции по пароходству на Оке, Баташевским железнодорожным заводам и их быту; создание музеев Оки и Мещеры.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Научное издание

ГОРОД > ПЕРМЬ

Смысловые структуры и культурные практики

Ответственный редактор В. В. Абашев

Редактор В. В. Абашев

Корректор С. Б. Русиешвили

Компьютерная верстка Н. Ю. Зубова

Подписано в печать 18.05.2009. Формат 60х84/16.

Усл. печ. л. 11,63

Тираж 500 экз. Заказ № 0366

Редакционно-издательский отдел

Пермского государственного университета

614990. Пермь, ул. Букирева, 15

Отпечатано: ООО «Печатный салон «Гармония»

614000, Россия, г. Пермь, ул. Кирова, 34.

Тел.: +7 (342) 212-82-09. E-mail: harmony-press@yandex.ru