

## Возрождение городских пространств посредством культурных проектов

А.Е. Гонтарева,

Московская школа политических исследований

Модернизационная риторика, популярная в настоящее время в Китае и в России, не пользуется спросом в развитых странах. На западе на протяжении уже нескольких десятков лет хорошим тоном считается говорить о развитии креативности и возрождении городов и территорий посредством культуры. При этом западный опыт демонстрирует весьма репрезентативный набор кейсов, на практике доказавших успешность и эффективность.

Термин, выраженный словосочетанием «возрождение посредством культуры», близок к понятию «городское возрождение», обладает сильной социальной составляющей и является ключевым пунктом национальной публичной политики Великобритании трех последних десятилетий.<sup>1</sup> Британский опыт получил широкое распространение в других европейских странах и частично может быть адаптирован к российской действительности. Идея реализуется в ряде российских проектов.

Поднимая тему возрождения городских пространств посредством культурных проектов, мы акцентируем внимание на трех принципиальных моментах:

1. подчеркиваем значение культуры как движущей силы развития, влияющей на все сферы жизнедеятельности;
2. рассматриваем идею возрождения городских пространств как системное репрофилирование городской экономики, среды обитания, социальных взаимосвязей и коммуникаций в городе;
3. акцентируем внимание на проектной деятельности. Запуск отдельных проектов, формирование базы успешных кейсов проектной деятельности, распространение информации об удачных прецедентах социального проектирования на фундаменте культурных матриц позволяет судить о возможности системных изменений в культуре и обществе при наличии относительно скромных материальных ресурсов.

Рассматривая роль культуры и искусства в реконструкции города и преобразовании городской окружающей среды, не всегда легко просчитать индикаторы эффективности культурных инициатив и их влияние на смежные сферы жизнедеятельности, особенно в

---

<sup>1</sup> Викери Д. Возрождение городских пространств посредством культурных проектов – синтез социальной, культурной и городской политики //Визуальная антропология: городские карты памяти / Под ред. П.В. Романова, Е.Р. Ярской-Смирновой – М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2009. С. 205-234

краткосрочной перспективе. Чарльз Лэндри в своих работах предсказывает, что аудит социального, культурного и экологического влияния станет настолько же общим местом, как и финансовый аудит. Джонотан Викери, подчеркивая важное значение эмпирически просчитываемой «добавочной стоимости» проектов возрождения посредством культуры, ограничивается примерами удачных кейсов, в частности города Гейтсхеда на севере Англии. Универсальных методов фиксации подобных эффектов нет, но количество успешных примеров постоянно увеличивается, а многие социокультурные проекты, которые при запуске казались убыточными, со временем принесли финансовую прибыль.

Как правило, успешными являются инвестиции в культуру и искусство при проведении маркетинга и брендинга городов. Российский исследователь Денис Визгалов задает риторический вопрос: можно ли найти более благодатное поле для брендинга, если условием существования бренда является его неповторимость, а в культуре и искусстве неповторимо все.<sup>2</sup> Создаваемый таким образом бренд в свою очередь сам является ресурсом, который можно использовать для привлечения инвестиций или продажи производимой в городе продукции (коломенская пастила, пармская ветчина и т.п.), создания новых рабочих мест, разработки творческих курсов, развития смежных креативных индустрий и т.д.

Подчеркнем, что подобное инструментальное использование культуры с целью брендинга территории вовсе не означает ее эксплуатацию ради целей, противоречащих развитию самой культуры. Результатом является синергетический эффект и взаимное обогащение ряда сфер деятельности. Синергетизм достигается и путем помещения культурных ресурсов в центр поля принятия политических решений – интеракция возникает между культурными ресурсами и частными стратегиями и направлениями развития территории. Существует немало примеров того, как культура и искусство способствовали решению таких проблем, как ксенофобия, безопасность жизни, экология, социальная занятость и др.

Любопытен факт, что вместе с влиянием, оказываемым на частные стратегии развития, происходит и изменение существующих культурных институций, преобразование культурной инфраструктуры и появление новых видов культурных услуг в рамках социальной и городской политики.

Межсекторное взаимодействие и установку на устойчиво воспроизводимые и развивающиеся партнерские взаимоотношения разного типа социальных субъектов городского развития вряд ли можно реализовать без привлечения к стратегическому планированию городского развития представителей местных сообществ. О.И. Генисаретский

---

<sup>2</sup> Визгалов Д. Брендинг городов. – М. Институт экономики города, 2011. С. 20

очень точно обозначил этот процесс как наращивание социальной ткани города, усиление сообщаемости городских сообществ<sup>3</sup>. В ходе развития и привлечения этих сообществ важен не факт их формального наличия и столь же формальное выражение согласия, а продуктивное напряжение, мотивационные и ценностные конфликты, конструктивное высвобождение энергии развития.

Олег Генисаретский описывает ситуацию, когда сталкивается «свое» управленческое видение и «чужое» от сообществ, или же наоборот, «чужое» властное и «свое» общественное. В идеале должны быть представлены противоречивые позиции разных сообществ и неоднозначное видение власти. Общегородские проблемы и стратегии развития одновременно являются проблемами органов муниципального управления, различных городских сообществ и населения в целом. Именно поэтому важна реальная дискуссия и согласование интересов ради достижения партнерства и доверия населения.

Встает вопрос о гражданском просвещении, поскольку слишком часто можно услышать о неготовности российского народа к демократическим процедурам, слабости институтов, неумении выражать и слышать противоположную точку зрения, законным путем лоббировать собственные интересы. Соучастие в процессе муниципального управления предполагает наличие элементарных знаний и механизмов в области партисипативной демократии и местного самоуправления.

Усовершенствование законодательной базы муниципальной власти и местного самоуправления, создание центров исследований урбанизма, совместное планирование и поддержание диалога, учет мнения граждан и их участие – составные элементы успешной городской политики. Организация процесса соучастия предполагает передачу полномочий, координацию и в меньшей степени контроль процесса. Оптимистически настроенным классикам урбанизма представляется, что при правильной организации процесса горожане согласятся с любым самым трудным решением, если оно будет максимально последовательным и ясным, а политическая игра честной.<sup>4</sup>

Даже при правильно выстроенном диалоге и вовлечении профессионалов от власти, бизнеса и гражданских организаций не всегда просто решить, что город понимает под общественным благом. Узость, а порой косность видения, ориентация на прошлое или провоцирующее будущее, внесение в городскую среду раздражающих объектов современного искусства и попытки стимулировать креативность в местной среде – все это может способствовать конструктивному диалогу или вызывать болезненные реакции,

---

<sup>3</sup> Генисаретский О.И. Стратегии и сообщества в местном самоуправлении – [http://vasilievaa.narod.ru/mu/stat\\_rab/books/mpsf/2-1.html](http://vasilievaa.narod.ru/mu/stat_rab/books/mpsf/2-1.html)

<sup>4</sup> Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Классика – XXI, 2011. С.373

которые тоже необходимы, если городское сообщество заинтересовано в эффективном продвижении вперед и готово к осмыслению своих слабых мест.

Непонимание и неприятие значительной частью общества проектов, связанных с современным искусством и культурой нередко переводит диалог в малопродуктивное русло противопоставлений массовой и духовной культуры, культуры и бездуховности, потребительства и рынка, с одной стороны, и традициями высокой (некоммерческой) культуры, с другой.

Показательным в этом смысле является опыт Перми. «Пермский проект» вполне можно рассматривать как попытку реорганизации городской среды посредством культуры. Его авторы изначально рассматривали культуру не как отрасль, а как инфраструктуру жизни, которая влияет на качество жизни, на бизнес, городской комфорт, развитие креативной экономики.<sup>5</sup> Запуск культурных инноваций был начат не с разработки стратегий и подготовки общественного мнения, а с открытия Музея современного искусства PERMM, привлекшего внимание далеко за пределами региона. Условно проект назвали «Культурная столица». Авторы выделили для себя три показателя столицы: это место, куда приезжают, стекаются со всех сторон люди; место, где происходит много культурных событий, и третье – место художественной конкуренции, где делаются художественные карьеры.

Вслед за созданием музея последовала серия новых культурных инициатив – проведение десятков фестивалей, создание нового неформального театра, приглашение звезд мирового уровня. Творческая и зрительская активность очевидно выросли, но одновременно поднялась волна негодования по поводу без/культурного вторжения извне, разрушения традиций пермской культуры, курса на дебилизацию населения и издевательства над городской средой.<sup>6</sup>

Поддержка инновационных начинаний Министерством культуры Пермского края вызывает дополнительное негодование и обвинения в «кособоком распределении бюджетных средств». Таким образом, культурная инициатива, в каких крайне нуждается Россия, значительным числом горожан воспринимается как провокация и развивается на энергии конфликта. Насколько конструктивной будет эта энергия, покажет время.

Данный проект является примером внедрения культурных инноваций извне и сверху. Инициатива оживила местное сообщество, спровоцировала дискурс, который, возможно, никогда не появился бы здесь при иных обстоятельствах и только после этого вызвала к

---

<sup>5</sup> Афанасьева Н. Новый культурный опыт Перми разрушает стереотипы/ Интервью с М. Гельманом – <http://infox.ru/afisha/show/2009/10/05/gelman.phtml> (06.10.2009)

<sup>6</sup> Кузнецова М. Пермские художники собираются против Марата Гельмана – <http://www.firstnews.ru/news/society/44934/> (05.07.2011)

жизни разработку концепции в виде системы, позволяющей формировать общее поле понимания основных целей, задач и принципов культурной политики Пермского края.<sup>7</sup>

Страсти вокруг новых явлений в Перми – очевидное свидетельство того, что городское пространство становится платформой для формирования социальных идентичностей, сообществ и даже стилей жизни. Город «пробует себя» в новой роли. Примечательно, что города – «актеры» вырываются вперед, занимают новые ниши в экономике, не имея при этом очевидных ресурсов развития. Существует немало примеров того, как создаваемый образ, имидж города постепенно становился его сущностью.<sup>8</sup> Становится очевидным, что судьба города далеко не всегда predetermined историческими обстоятельствами, брендинг и ребрендинг города может изменить его изнутри. Важнейшее значение при этом имеет поддержка и творческий потенциал населения.

В отличие от Перми, с ее энергичным внешним влиянием, во многих российских городах зарождаются внутренние инициативы, которые могут находить или же не находить поддержку власти, но привлекать внимание и вносить скромные изменения в городскую среду. Такие проекты в разной степени ориентированы на общественную поддержку – это может быть акт самовыражения уличного художника или целая программа местного сообщества по реконструкции городской среды.

Характерно, что в творческой среде в российских городах происходит осознание новых возможностей. Появляется некое видение Города Мечты и готовность предпринимать усилия для практического воплощения шагов по достижению идеального городского образа. Художник из Владивостока Павел Шугуров, решив, что со стороны художников эгоистично заботиться только о своих внутренних переживаниях и сообщать о них зашифрованными символами, задался вопросом: сможет ли он реализовать свое творчество так, чтобы оно было понятно окружающим, но не потеряло художественной ценности?

Перенос акцента с искусства «для себя» на искусство «для людей», заложило основы художественной индустрии и рынка творческих инициатив. Привлечение молодых художников и их самореализация в масштабах города оправдали себя. Инициаторы идеи надеются, через какое-то время они наперебой будут предлагать свои проекты, художественный совет будет их корректировать, чиновники и коммерсанты - содействовать их воплощению, а Владивосток продолжит превращение в Город Мечты.

Задача креаторов и людей занятых в гражданском просвещении – стимулировать подобные частные инициативы, помогать людям в освоении механизмов продуцирования и

---

<sup>7</sup> Зеленцова Е., Мельвиль Е. Культурная политика и экономика культуры. Тезисы для сборки региональных стратегий. – М.: Арт-транзит, 2010. С. 46.

<sup>8</sup> Визгалов Д. Брендинг городов. – М. Институт экономики города, 2011. С. 14.

достижения своих Городов Мечты. В условиях индифферентности населения, погруженности в быт и череду нескончаемых личных проблем важно научить людей мыслить нетривиально, выйти за рамки одностороннего видения. Лучше поощрить утопичный проект «городского сумасшедшего», чем игнорировать любое альтернативное видение. Гибкость мышления, толерантность, ориентация на инновации, гуманизм, информация об успешных культурных проектах и знание гражданских практик – вот, что необходимо продвигать в рамках программ гражданского просвещения в городах, и, возможно, если не завтра, то послезавтра активистам гражданского просвещения посчастливится проснуться в креативном городе.

Таким образом, мы представляем культуру как ключевой элемент развития и произрастания творчества в городе. Продуцируя смыслы и ценности, объединяя различные сегменты городской жизни, культура задает новые векторы движения для городского сообщества, является катализатором перемен в областях, выходящих за рамки культуры: социальной сфере, экономике, политике и др.

Опираясь на опыт британской программы возрождения городов посредством культуры, автор рассматривает возможности его адаптации к российским реалиям. Подобные проекты уже реализуются в России, но неразвитость культуры гражданского участия, в частности в сфере урбанистики, препятствует эффективному приращению человеческого капитала и продвижению новых творческих инициатив.

Городские инновации зачастую требуют не сложных технических решений, а смены мыслительных установок. Преобразования через культуру, сдвиг парадигм, сосредоточение внимания на креативности, влечет нововведения, которые постепенно становятся стандартами. Проектный менеджмент, гибкий и эффективный, межотраслевой подход, творчество и вовлечение населения в процесс реорганизации окружающего городского пространства – залог естественного модернизационного процесса.