

РЕФЛЕКСИЯ

Про любовь

Так вкратце можно охарактеризовать содержание многих докладов состоявшейся в Перми научной конференции «Локальный дискурс и конструирование образа территории»

Юлия Баталина

Конференции, посвящённые «образу места», проходят в пермских вузах регулярно. Звучат даже ворчливые комментарии: «Лет 15 уже говорят о бренде города, а результата никакого». Однако всероссийская конференция, прошедшая в Пермском классическом университете 17-18 октября, показала, что речь идёт о проблематике, которая остро актуальна во многих, если не во всех городах России, причём её острота воспринимается не только умозрительно, но и эмоционально. Неслучайно один из докладов назывался «Свой» город: бренд и любовь». Да и во многих других выступлениях речь шла именно о любви к малой родине.

«Неоднозначный, но интересный кейс»

Конференцию открыл доктор культурологи Дмитрий Замятин — руководитель Центра геокультурной региональной политики РНИИ культурного и природного наследия им. Дмитрия Лихачёва.

По словам Замятина, между качественным образом места и количеством инвестиций есть прямая зависимость, и она будет становиться всё более сильной. Культуролог предсказал, что рано или поздно будут составлять рейтинги территорий для инвесторов, и чем интереснее образ территории, тем активнее будет развиваться предпринимательство на этой территории, причём предпринимательство и малое, и очень крупное. Дмитрий Замятин даже предполагает, что возникнут целые геокультурные рейтинговые агентства.

Заведующая кафедрой культурологии Пермского государственного педагогического университета Оксана Игнатьева считает, что некоторые цели «пермского культурного проекта» 2008-2012 годов были достигнуты: произошёл рост культурной активности, снижение оттока населения. Однако изменения коснулись далеко не всех аудиторий: активнее всего откликнулись так называемые «новые горожане» — активные потребители и участники проекта. Откликнулись и туристы — Игнатьева считает, что их поток вырос, хотя честно признаётся, что «со статистикой у нас всё плохо». Наконец, самая благодарная аудитория проекта — эксперты из разных городов и стран: нет ни одной работы по брендингу территории за последние пять лет, где не упоминалась бы Пермь.

Любопытно, что в это же самое время проходил большой культурологический форум в Москве, где выступала с докладом арт-директор Музея современного искусства PERMM Наиля Аллахвердиева. В телефонном разговоре, никак не связанном с пермской конференцией, она рассказала, что чуть ли не в каждом докладе форума Пермь упоминается в качестве «неоднозначного, но крайне интересного кейса».

Важный социальный опыт

Коллега Игнатьевой, доцент той же кафедры Олег Лысенко продолжил тему, углубив её социологический аспект. Он поделился результатами обработки серии экспертных интервью «Противники и сторонники «Пермского культурного проекта», взятых с декабря 2013 по май 2014 годов.

В качестве экспертов выступали три группы респондентов: идеологи пермского культурного проекта, в том числе бывший губернатор Пермского края Олег Чиркунов и бывший краевой министр культуры Борис Мильграм; участники проекта — организаторы фестивалей и т. п.; и наблюдатели — журналисты и гражданские активисты.

У первой группы исследователи выявили в качестве позитивной черты наличие европейского или столичного опыта, а в качестве отрицательной — оторванность от реальной Перми. Идеологи проекта оказались носителями непермской установки, пермская ситуация казалась им депрессивной.

Во второй группе в качестве «плюса» выделялся опыт работы вне государственных учреждений, а в качестве «минуса» — статус заложника ситуации: оказавшись в силу профессиональной принадлежности «в одной лодке» с идеологами, члены группы поневоле вынуждены были отказаться от критических высказываний.

В третьей группе большим плюсом стала независимая позиция, гибкость суждений. Однако в этой же группе была выявлена радикализация мнений, связанная с отсутствием диалога между представителями противоположных взглядов, а также некоторый консерватизм, охранительная риторика.

Эти три группы рассмотрели в интервью все стадии «пермского культурного проекта». Начали с его генезиса, и сразу же оказалось, что нет никакой возможности достоверно выяснить, как возникло это, по выражению Лысенко, «закрытое политическое решение».

По словам Олега Чиркунова, было три задачи: создать мастер-план города, раз-

вить университетский кластер и инновационное предпринимательство (традиционная пермская промышленность идеологами проекта не воспринималась, казалась устаревшей морально — добавляет Лысенко) и добиться изменений в социальной среде, выстроив её в соответствии с рыночными законами. Культурная модернизация была вспомогательным проектом, чтобы обеспечить благополучную среду для университетского кластера.

Невнятность возникновения «культурного проекта» и появления в Перми Марата Гельмана стала причиной огромного количества фантазмагорически-конспирологических версий. В некоторых интервью транслировались слухи о том, что Гельман — «засланец» кремлёвского «серого кардинала» Вячеслава Суркова и даже что он работает на хасидскую секту из Бостона!

На вопрос о взаимоотношениях внутри команды «прогрессоров» инициаторы проекта утверждали, что никакой иерархии в «штабе» не было: всё придумывали сообща, сообща принимали решения. По результатам обработки интервью исследователи выявили парадокс: при демократических, либеральных установках практика принятия решений была абсолютно авторитарной.

Руководители процесса не только не опирались на горожан и их мнение, но и не ставили задачи привлечения бюджетных средств. По словам одного из идеологов проекта, «нам хватало бюджета».

Таким образом, было намерение изменить городскую среду без участия самих горожан. Возник, по выражению Лысенко, парадокс «царя-освободителя». Появилась «осаждённая крепость» сторонников проекта и «освободительное движение» его противников, при этом стратегия была с обеих сторон одинаковая: маргинализация противника, навешивание ярлыков.

Последние вопросы интервью касались оценки последствий, рефлексии по поводу «пермского культурного проекта». Высказывания первой группы респондентов Олег Лысенко охарактеризовал как «героический эпос»: звучали фразы вроде «мы сделали всё, что могли, пусть потомки продолжат»...

Мнения второй группы сводятся к тому, что после свёртывания проекта осталась «выжженная земля», но при этом все участники получили полезный опыт.

Третья группа резко разделилась: некоторые наблюдатели в основном злорадствуют: «Мы же говорили!», другие оценивают проект позитивно, говоря о том, что «движуха» — это хорошо».



ФОТО ВЛАДИМИР ПОНОМАРЕВ

Как удалось выяснить Олегу Лысенко, Олег Чиркунов вовсе не интересовался современным искусством, но его впечатлила выставка «Русское бедное» и произведённый ею эффект, и он пригласил в свою команду Марата Гельмана