

? В Перми наступил постиндустриальный уклад?

О. Л.: В вашем вопросе чувствуется влияние некоего стереотипа. Историки выделяют «исторические периоды», и мы вслед за ними невольно начинаем мыслить так же: период длится с такого-то по такой-то год, с такого-то по такой-то век. Но так не бывает! Неслучайно в подобных классификациях во второй половине XX века начали усматривать не столько науку, сколько идеологию. Понятно, что необходимо выделять какие-то эпохи. Но и в текущем дне даже в самых развитых странах отчётливо видно, что для кого-то уже наступила постиндустриальная формация, а кто-то ещё живёт в Средневековье. Сошлюсь на одну из французских исторических школ. Её представители считают, что во многих европейских провинциях Средневековье продолжалось до конца XIX столетия.

Наступил ли в Перми постиндустриальный этап? Для кого-то, безусловно, да. Для меньшей части населения, чем, положим, в Сиднее или Ливерпуле, но и в нашем городе есть люди, уклад жизни которых соответствует постиндустриальному. И напротив, один русский турист, посетивший Англию, рассказывал о «местных гопниках», которые там тоже наличествуют. И вне зависимости от того, живут ли они в Манчестере или в Лондоне, для них никакой постиндустриальной формации ещё не наступило.

НАС ВЕДЬ НЕ ТОЛЬКО ЕКАТЕРИНБУРГ ОБОШЁЛ, НО И ЕЩЁ 50 ГОРОДОВ!

Часть жителей Перми связана сегодня не только с местными локальными экономическими или политическими реалиями, но и с федеральными, общегосударственными.

? Очевидно, что при всех отличиях друг от друга представителей креативного класса, у этой социальной формации есть некие общие черты.

О. И.: Прежде всего, это люди, которые так или иначе соприкасаются с интеллектуальным, творческим трудом. Другая характерная черта — повышенная тяга к впечатлениям, путешествиям. Автор термина «креативный класс»

американец Ричард Флорида даже даёт рекомендацию городам, желающим привлечь представителей креативного класса: постоянно создавать яркую событийную среду, которая будет интересна этим людям, станет их подпитывать. По мнению Флориды, именно приверженность духу креативности во всём — ключевая ценность креативного класса.

ОТНОШЕНИЕ К КРЕАТИВНОМУ КЛАССУ В ПЕРМИ: «КАКОЕ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ?! ПЕРМЬ — ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ГОРОД! ЗДЕСЬ НУЖНЫ РАБОЧИЕ И ИНЖЕНЕРЫ! ВСЁ!»

Ещё одна характеристика — потребность в самореализации. Человек может поступиться высоким и стабильным доходом, выбрав более низкооплачиваемую работу, но такую, что поможет его реализации.

Что до занятий, в которых эти люди находят источник творчества и новые идеи, то здесь царит полная эклектика. Фотография, путешествия, велосипед,

рисование, йога. И в нашем городе таких людей немало. Это я поняла, когда с трудом попала в «Сцену-Молот» во время недавней театральной «Лаборатории молодой режиссуры», которую проводили француженки Беранжер Жанель и Жюльет Дешан. Собралось много людей, которых характеризуют гибкость, мобильность, креативность. К слову, её следует отличать от творчества.

? И в чём же отличие?

О. Л.: Творчество — это создание нового. Простой пример — художник, рисующий картину. Креативность — это создание и тиражирование нового.

Дизайнер создаёт нечто новое, что станет основой для дальнейшего продукта, который будет продаваться на рынке, причём в массовом порядке.

О. И.: Мне кажется, в этом вопросе следует провести разграничение по странам и городам. Возьмём для примера Германию. Почему там идёт успешное развитие креативных индустрий? Потому что заинтересованные города специально создают условия благоприятования: от налоговых льгот до создания в городе насыщенной событийной среды и велодорожек. В Германии, в Великобритании креативный сектор экономики — один из лидеров по приросту.

Что касается России, я бы не рискнула говорить об однозначной зависимости креативности и успешных продаж. Полагаю, в двух российских столицах возможность зарабатывать креативом выше, чем в других территориях. В качестве примера можно привести вполне успешные частные музеи, музей современного искусства «Эрарта» в Петербурге, например.

Что до Перми, то когда наша кафедра проводила исследование местного креативного класса, большинство его представителей при выборе между высокими доходами и самореализацией выбрали второй пункт. В городе есть примеры, как люди находят свои ниши именно в креативном бизнесе. Однако на сегодняшний день устойчивого класса потребителей и поддержки со стороны властей не сформировано. Меж тем успешное развитие креативных индустрий в российских столицах — во многом результат помощи администраций города и области. В Перми креативная прослойка существует, скорее, на грани выживания.

? В чём выражается поддержка властей в Москве и Петербурге?

О. И.: Я не располагаю статистикой, но процессы, идущие в столицах, очевидны. Взять те же творческие кластеры, как их называют, «Гараж» и «Винзавод». Это крупные объекты, которые были перестроены местными властями и отданы творческим людям. Сейчас, насколько мне известно, идёт процесс передачи и реконструкции для креативной отрасли ещё одной московской фабрики.