

О. Л.: И большое число музыкальных команд, что собирают разные аудитории.

О. И.: Пермская молодёжь меньше бы ездила на концерты в Екатеринбург или Москву, если бы в Перми была возможность принимать большие концерты европейского уровня. Но в силу отсутствия в городе соответствующих концертных площадок Екатеринбург забирает у нас этот рынок и благополучно строит на этом свою политику.

О. Л.: Это отдельная серьёзная тема. Когда мы в рамках одного исследовательского проекта интервьюировали Ройзмана (*Евгений Ройзман — глава Екатеринбурга — ред.*), задавали вопрос, делает ли что-то городская власть для того, чтобы привлечь даже не концерты, а некую активность в целом: конференции, семинары, выставки и т. д. Он ответил, что это отдельное направление деятельности администрации города и он следит за его развитием. В Перми таких попыток даже не видно.

? Из последних событий Екатеринбурга приходит в голову открытие Ельцин-центра.

О. Л.: Конечно, это открытие очень ярко «выстрелило». Но на самом деле в Екатеринбурге политика привлечения деловой активности и создания событийной городской среды ведётся на протяжении уже лет 15. Только семинары одной известной компании сетевого маркетинга для всех близлежащих регионов проводятся трижды в год. То есть три раза в год в город приезжает 7–10 тыс. человек. Каждый из них где-то селится, питается, тратит деньги на транспорт. И эти семинары — лишь небольшой пример общей деятельности Екатеринбурга, нацеленной на постоянную «движку».

? Есть ли статистика, сколько в Перми представителей креативного класса?

О. Л.: Ну что вы! Наша статистика такова, что мы не знаем, сколько в городе рабочих. Есть общее число занятых в той или иной отрасли. Но вы же понимаете, что в сфере промышленности заняты и рабочие, и инженеры, и уборщицы. Статистика не «ловит» даже этого, а вы говорите о таком социальном явлении, как креативный класс!

