

По субъективным ощущениям, «узок их круг», вероятно, 3–4% от населения Перми.

О. И.: Обращу внимание, что даже этот небольшой процент способен многое изменить при известных условиях. Вспомните историю с японским экономическим чудом. Уже после японцы проанализировали, какое число людей должно быть «заражено» новой идеей, чтобы она была реализована. Пришли к выводу, что необходимое количество — как раз что-то порядка 5%.

О. Л.: Если же говорить о необходимых создаваемых условиях, то здесь, конечно, соотношение не в пользу России. Если в Европе на инновационные разработки ориентировано 60–70% предприятий, то в России хорошо, если 15–20%.

? Каковы причины появления креативного класса? Я говорю сейчас не о глобальных процессах, а именно о Перми. Мне кажется, большинство его представителей в той или иной степени — «птенцы гнезда» пермской культурной революции. Это так?

О. Л.: Вот если вы их спросите, а мы задавали вопрос, являются ли они «птенцами» того «гнезда», то подавляющее большинство откестится: «Чур меня, чур! Никакого отношения к этому делу я не имею!» Такая реакция будет даже в тех случаях, когда существуют буквально документальные свидетельства участия в пермской культурной революции.

Но, отвечая на косвенные вопросы, представители креативного класса в большинстве своём очень позитивно откликнулись о тех событиях.

На мой взгляд, очевидно, что активные культурные процессы того периода серьёзно повлияли на город. Как раз за счёт создания событийной среды. Этим ребятам стало много проще: исчез негативный оценочный фон, на какое-то время быть непохожим на других стало даже модным. То, что такие же странные люди, как ты, вышли в публичное пространство, создало совершенно новое ощущение и серьёзно подпитало этот социальный слой. Словом, отрицать свою причастность к пермской культурной революции эти ребята будут. Но вы не верьте! В конце концов, никто не отменял системного эффекта.

О. И.: Также напомню, что для представителей креативного класса очень важна событийная среда, новые переживания, впечатления. Именно это и создавал пермский культурный проект. Сам фон, благодаря которому в городе появились новые идеи, часть из которых была реализована. В частности, это видно по студентам-культурологам. Некоторые ребята с первого по пятый курс активно занимались волонтерством, участвуя в пермском культурном про-

К СОЖАЛЕНИЮ, СЕЙЧАС Я НЕ ВИЖУ КАКИХ-ЛИБО ИНИЦИАТИВ НА УРОВНЕ АДМИНИСТРАЦИИ ПЕРМИ ИЛИ ПЕРМСКОГО КРАЯ ПОДДЕРЖАТЬ ИМЕЮЩИЕСЯ КРЕАТИВНЫЕ НАЧИНАНИЯ

екте. В минувшем году, когда краевое министерство образования собирало данные об уровне заработка студентов, выяснилось, что именно они оказались одними из самых высокозарабатывающих в среде студенчества, наряду с экономистами или айтишниками.

? Идут миграционные процессы, часть представителей пермского креативного класса перебирается в другие города или за рубеж. С причинами в целом понятно. Поговорим о последствиях. Зачем креативный класс в принципе нужен городу?

О. Л.: Моя любимая тема! Полтора года назад школа урбанистики при ВШЭ проводила исследование, посвящённое качеству жизни в различных российских городах. По понятным причинам за скобки вынесли Москву и Санкт-Петербург, в списке оставалось порядка 60 городов. Екатеринбург занимал первую позицию. Пермь находилась в последней пятёрке. Обидно, правда?

? Нет.

О. Л.: А мне обидно! Я — патриот своего города. Почему так произошло? Вот

главный вопрос. Нас ведь не только Екатеринбург обошёл, но и ещё 50 городов!

Основная причина, по мнению авторов исследования, в том, что в Перми сохранилась промышленность. Странно, правда? Позволю себе небольшое отступление. Несколько лет назад мы активно ездили по краю, много общались с главами на местах. Руководитель одного из северных районов гордо нам сказал: «Из 15 колхозов мы сохранили 11!» Правда, через пару предложений добавил, что у них самый низкий уровень доходов в крае. Надо ли сохранять колхозы, если у тебя люди бедно живут?

Школа урбанистики при ВШЭ размышляет о промышленности таким образом: когда во всех городах промышленный сектор уже «накрылся» и люди вынуждены были переориентироваться на сервисную экономику, экономику впечатлений, города, где промышленность ещё не умерла, вынуждены были «доживать» этот бесперспективный кусок.

Какова была мотивация Олега Чиркунова к пермскому культурному проекту? Он рассказывал об этом в интервью. Большинство пермских предприятий рано или поздно завершат свою работу, как устаревшие и неконкурентоспособные. На что можно было сделать ставку, исходя из имеющегося потенциала? Чиркунов решил, что пермские университеты вполне могут стать двигателями экономики. Для того чтобы успешно развивался вузовский кластер, необходимо создавать определённую среду, подпитывая то, что есть, привлекая новых людей. Так появился пермский культурный проект. Именно как попытка создать новую городскую среду, ориентированную на креативный класс. Потому что до тех пор, пока в Перми живёт эта небольшая социальная прослойка, у города есть шанс войти в постиндустриальную экономику.

Пока у нас неизменно рассматривается один вариант развития: надо прийти к государству и попросить денег. Например, чтобы оно построило нам завод, мы бы на нём трудились и получали свою зарплату. Но очевидно, что такие взаимоотношения больше не работают. Примеров тому масса и по России, и по Прикамью.