

РОССИЙСКИЕ КЕЙСЫ

О. В. Игнатьева, О. В. Лысенко**АНАЛИЗ ОДНОГО ПРОЕКТА:
«ПЕРМСКАЯ КУЛЬТУРНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ» ГЛАЗАМИ СОЦИОЛОГА¹**

В силу разных обстоятельств Пермь в 2008-2012 гг. стала площадкой для реализации масштабного эксперимента, с весьма амбициозными целями преобразования городской среды в новом, постиндустриальном формате. Этот своеобразный кейс, как оказалось, сегодня интересен многим, ввиду наличия определенного запроса на решение подобных задач. В эпоху деиндустриализации сходные проблемы стоят перед многими городами, а примеров, как оказалось, не так уж и много. Поэтому не удивительно, что авторам довелось столкнуться с неподдельным вниманием к Перми на многих конференциях, в частных беседах с коллегами и знакомыми, причём не только из России, но и за рубежом. Удовлетворить такой интерес непросто. Парадокс заключается в том, что в самой Перми до сих пор идут дискуссии о том, что же произошло на самом деле, как это получилось, и какой во всем этом был смысл. Чтобы хоть как-то разобраться в сути произошедшего, нам необходимо предпринять некий анализ не только самого «пермского проекта», но и генезиса самого города, сообщества, его создавшего, тех культурных и социальных факторов, которые во многом обусловили непосредственные события 2008 – 2012 гг.

Особенности пермского городского сообщества

Мы вынуждены констатировать, что до сих пор не существует сколько бы ни было сбалансированной исследовательской программы, инструментариев, гипотез, которые позволили бы собрать воедино разрозненные тексты и источники, посвященные анализу современных российских городских сообществ. В особенности, если учесть существенные изменения, произошедшие в городах за последние десятилетия — новые социально-экономические и политические условия, появление новых социальных групп (например, предпринимателей, офисных работников, фрилансеров), возникновение существенной имущественной дифференциации городского сообщества, пространственной сегрегации и т.д. Сама по себе тема эволюции российских городских сообществ в конце XX настолько обширна, что в рамках этой статьи нельзя ее рассмотреть даже вкратце. Однако некоторые

¹ Статья подготовлена в рамках проекта № 034-ф Программы стратегического развития ПГГПУ.

черты складывающейся специфической городской культуры этого типа, важные с точки зрения описываемой темы, следовало бы зафиксировать.

Во-первых, для современного российского города характерно значительное культурное расслоение, обусловленное уровнем и характером образования, профессиями, образом жизни. Можно выделить как минимум три условных социальных слоя, различающиеся по своим моделям поведения. Первые два появились еще в позднем советском городском сообществе: это более и менее урбанизированные, «современные» (на нынешнем сленге — «продвинутые») горожане и «новые городские варвары». Для первых (вероятно, находящихся в численном меньшинстве) город представлял собой единое символическое и социальное пространство, в основном освоенное и присвоенное. Их социальные контакты строились уже не по принципу «двора» и микрорайона, а по принципам общности профессии, увлечений, общности взглядов. Этот город принадлежал им. Они овладели городскими культурными и социальными технологиями и преуспевали. Возникавшие социальные связи, социальные сети, сходство ожиданий, предпочтений, способов адаптации и социализации позволяют говорить о них как о настоящих горожанах. Если, например, проследить биографические конструкции двух одноклассников, один из которых поступает в вуз, а другой следует устойчивой модели советского времени «двор-ПТУ-завод», то мы без труда можем обнаружить, как будет меняться их способ существования в городском пространстве: для первого достаточно быстро новые студенческие, а потом и профессиональные связи станут более значимыми и широкими (в пространственном измерении), чем школьные и дворовые, а второй так и ограничит основной ареал своего обитания микрорайоном, изредка выбираясь «в город» за покупками и развлечениями. Вообще, судя по нашим исследованиям, город становится городом в России тогда, когда возникают площадки, на которых могут встретиться эти «современные горожане». Этим объясняется столь важная роль разного рода культурных институций города — театров, филармоний, библиотек, а ныне, возможно, клубов и фестивалей, вход в которые для непосвященных охраняется изначально высокими требованиями к культурным компетенциям индивида. Не случайно даже небольшие по численности городские поселения Пермского края, имеющие театры, даже самодеятельные, гораздо больше похожи на город, чем их соседи, лишенные таких площадок. При разрушении (или отсутствии) такой площадки исчезает и тот слой, который выстраивает свои связи поверх микрорайонов-поселков. Освоение этих культурных институций (хотя бы на уровне «я там бывал») становится обязательным для каждого, кто претендует на статус горожанина.

Самопровозглашенная роль урбанизированного меньшинства, которое само себя предпочитало в советские времена именовать интеллигенцией или интеллигентными

людьми, по сути, являлась прогрессорской (спасибо за эту удачную аналогию со Стругацкими профессору Марку Липовецкому, высказавшему ее в частной беседе). И это важно понимать при обсуждении заявленной темы. Чувствуя себя носителями «городской», прогрессивной культуры, именно представители этого слоя первыми ощутили потребность в символической презентации новой городской идентичности, не сводимой ни к заводу, ни к этносу, ни к государству. Как замечал еще Э. Дюркгейм, совместные ритуалы рождают чувство солидарности и социальности. А социальность нуждается в легитимации — то есть в доктрине локальной идентичности, в ответе на вопрос «а кто мы, собственно, есть». Потребность в доктрине локальности становится особенно острой тогда, когда ослабевают иные идентичности, что и произошло в 90-х годах XX века, с окончанием советской эпохи.

И тут городское сообщество столкнулась с общей проблемой большинства российских городов. Типовые советские индустриализированные города плохо подходили на роль «уникального места». Кому-то повезло больше — Санкт-Петербургу или Одессе имидж придумывать не пришлось. Для остальных же прежние коннотации и нарративы, типа «города-труженника» и «города-героя», создаваемые в рамках идеологической советской модели, безнадежно утратили свою актуальность, да и плохо подкреплялись новыми реалиями. Новые определения отыскивались очень тяжело. Стратегии поиска «гениев места» (в Перми таковыми стали Л. Г. Пастернак, А. П. Чехов и С. П. Дягилев) не сработали, поскольку были изначально скроены по лекалам «интеллигентных людей», не воспринимаемых ни «новыми горожанами» (третьим выделяемым слоем, о котором чуть позже), ни «городскими варварами». Именно поэтому доминирующим образом самоописания пермяков стал образ «дыры» [7, с. 162 – 175].

Современный вызов городу

Тут мы подходим к еще одной теме, игнорировать которую невозможно. Сложность анализа увеличивается, если мы примем во внимание наложение в современном российском городе двух процессов — затянувшегося перехода российского общества к рыночному обществу, и одновременно — процессов, связанных с глобализацией мира. Здесь мы имеем ввиду, прежде всего, изменение самого характера общества эпохи «тяжелой модернити» к некоему постсовременному состоянию, для которого характерны деиндустриализация, переход от экономически детерминированной структуры общества к структуре, воспроизводимой по канонам стилей, отказ от примордиализма в определении социальной идентичности в пользу «стихийного» конструктивизма. Разумеется, стоит вспомнить и более приземленные процессы — распространение новой культуры индивидуализма, «биографизацию» жизни, новые технологии коммуникации и т.д. и т.п. Как следствие, новая

социально-экономическая ситуация вызвала существенный рост новых городских слоев, не похожих ни на «интеллигентных людей», ни на «городских варваров», причем задолго до крушения самого Советского Союза (вспомним сетования по поводу «образованцев», начавшиеся еще в 1980-е гг.). Что характерно, почти тогда же в социальной теории начнутся попытки дать этим слоям новое имя — «людей третьей волны» [10], «креативного класса» [11] или «социальных новаторов». Даже понятие среднего класса на этой волне приобрело совсем иной оттенок [См.: 8; 6]. Само наличие попыток отыскать термин и тем самым промаркировать новое социальное явление свидетельствует о его реальности.

Не вдаваясь в дискуссию относительно сути этого явления (что явно выходит за рамки заявленной темы), следовало бы все же в двух словах охарактеризовать собственное понимание этого нового слоя, стараясь избегать чрезмерной ангажированности новым, что, честно говоря, очень заметно в некоторых перечисленных выше работах. Очевидно, речь идет о тех горожанах, которые оказались способными заново и по-иному освоить городское пространство, заняв в нем особую нишу. Опираясь на работы З. Баумана, [3], Н. Элиаса [12], П. Вирно [4] Э.Гидденса [5], М. Яцино [14] и некоторых других авторов, говорящих и пишущих о том же, можно дать беглый (но достаточный здесь и сейчас) образ «нового горожанина». Прежде всего, это тот слой городских жителей, который сочетает в себе высшее образование, более или менее глубокое усвоение культуры и прагматические жизненные устремления (в первую очередь — консюмеризм), гибкие стратегии поведения на рынке занятости (склонность к проектной деятельности, готовность менять профиль деятельности, стремление к продолжению обучения) и приверженность к независимости, выражающаяся в приверженности к свободному графику и фрилансерству, стремление к творчеству и плюрализм в культурном потреблении. Но помимо набора этих общих качеств, следовало бы указать еще на два важных обстоятельства. Первое - «новые горожане» явно выпадают из традиционной социально-классовой структуры, как она виделась социологам еще в 60-70-х гг. прошлого века, поскольку перестают ценить раз и навсегда достигнутый социальный статус. В разных работах не раз было высказано мнение о том, что сегодня в западном обществе не социальные и материальные позиции определяют стиль практикуемой культуры, а выбранный стиль приводит человека в рамки определенного сообщества [3; 14]. Второе — «новые горожане» все чаще отказываются от «эссенциалистской» трактовки своей идентичности, в первую очередь — этнической, территориальной и гражданской. Увеличение возможностей менять свое место жительства и работы, информационная доступность и, смеем предположить, убежденность в том, что все есть «общество спектакля», все есть продукт PR-технологий, рекламы и манипуляции (а не малая часть этого нового слоя, так или иначе, сама задействована в рекламе, формировании

корпоративной культуры, в продвижении идей, товаров или самой себя на рынках), только без надрыва и особых негативных коннотаций, свойственных «интеллигентным людям».

И тут мы вновь возвращаемся к исходной теме — к проблеме поиска Пермью своего лица. В новой ситуации оказалось, что для того, чтобы «застолбить» свое место в мире, мало обладать промышленной базой и набором более или менее работающих городских институций. Оказалось, что для продвижения города в глобальном мире надо, с одной стороны, создать новую городскую среду, которая была бы привлекательной для «новых горожан», в особенности тех из них, которые подходят под определение «креативного класса», а с другой — презентовать эту цель таким образом, чтобы в нее поверила «адресная группа», а возможно — и инициировать формирование новых сообществ креативных профессий в рамках уже сложившегося городского сообщества. В этом и следует искать истоки потребностей в «брендингах» городов, реноваций, культурных революций.

О чем мечтали «революционеры»

Теперь самое время вернуться к главной теме пермских баталий последних лет — к Пермскому культурному проекту или к Пермской культурной революции. В его основе лежал тезис, неоднократно высказанный двумя главными идеологами ПКП М. Гельманом и Б. Мильграмом, да и главным администратором проекта губернатором О. Чиркуновым о том, что «современном глобальном мире индустриализация регионов перестала быть решающим фактором, обеспечивающим лидерство в мировом масштабе. Индустриальные территории уже не могут концентрировать финансовые, интеллектуальные, технологические и творческие ресурсы, как это было ранее» [9, с. 5]. Такой точкой концентрации ресурсов при этом была объявлена культура, понимаемая как «способ поиска человеческой идентичности и формирование особого образа жизни и стиля жизни на территории» [9, с. 13]. Важными составляющими ее были объявлены «информация, знания и творческая способность, то есть способность порождать новое» [9, с. 12]., а главной функцией — модернизация страны (понимаемая в том смысле, который придал этом термину тогдашний президент страны Д. Медведев). То есть именно культура как формируемый стиль территории должна была стать главным ресурсом развития региона, запустить необходимые процессы, позволяющие региону или городу перейти к новой, постиндустриальной эпохе. Были объявлены и четыре главных индикатора успеха Пермского культурного проекта:

- изменение качества жизни в Пермском крае;
- снижение оттока населения и повышения индекса развития человеческого капитала;

- изменение структуры экономики в крае — создании новых рабочих мест в секторе культуры и творчества, развитии малого бизнеса, развитии сферы услуг и туризма;
- изменение в других экономических и социальных системах – создание точек постиндустриального развития [9, с. 45].

Такова была, по крайней мере, их декларация. Каковы были «истинные» мотивы авторов и реализаторов этого проекта — судить политологам: это по их части строить гипотезы на основе инсайдерской информации. Отследить, были ли выполнены эти показатели в рамках культурного проекта, в настоящий момент сложно по нескольким причинам. Прежде всего, в силу его незавершенности: между провозглашением пермского культурного проекта и назначением одного из его идеологов Б. Мильграма министром культуры Пермского края (2008 год) до момента сложения полномочий губернатором Пермского края О. Чиркуновым (апрель 2012 г.) и началом сворачивания некоторых направлений «культурной революции» прошло всего 4 года. Во-вторых, этот проект разворачивался в условиях достаточно жесткого сопротивления со стороны некоторой части региональной элиты и многих общественных организаций и общественных деятелей [13, с. 151 – 162]. В-третьих, многие из означенных выше показателей нуждаются, как минимум, в обоснованном инструментарии замера (например, как измерить «точки роста постиндустриального развития»?). В настоящий момент тема научного анализа последствий Пермского культурного проекта активно обсуждается и разрабатывается в разных кругах пермского академического сообщества, и, хочется надеяться, получит свое развитие. Наша же задача скромнее: проследить на основе имеющихся данных социологических исследований, анализа печатных источников и личных впечатлений особенности восприятия Пермского культурного проекта со стороны разных частей городского сообщества и наметить дальнейшие пути исследования этого кейса.

Что получилось на практике

Самый заметный и самый неожиданный (для внешнего наблюдателя) результат ПКП — ярое неприятие его со стороны как минимум, двух выше описанных условных слоев городского сообщества — со стороны «интеллигентных людей» и «городских варваров». Пожалуй, с самого начала реализации проект сопровождался целым рядом скандалов, спровоцированных «революционерами» со стороны пермских художников, музейных работников, вузовских преподавателей. Однако, собственно «контрреволюция», как и положено, была инициирована активным меньшинством, представленным как раз представителями тех групп, от которых как раз и следовало бы в теории ожидать если не одобрения,

то по крайней мере лояльности — вузовских преподавателей/ученых и гражданских активистов. Роль застрельщика взял на себя И. Аверкиев, известный пермский правозащитник, а затем он был поддержан разными людьми — коллегами по цеху, местными политиками, деятелями искусства и науки [2]. Не углубляясь в тонкости, почему и с чем в число противников попал тот или иной человек, хотелось бы очертить некую общую рамку смысла, а потом уже ответить на вопрос: в чем была причина столь яркого неприятия их со стороны широкого круга местных жителей. Вслед за печально известным классиком в адрес «революционеров» мы можем сказать — «страшно далеки они от народа». Дело в том, что антропологически основные авторы проекта принадлежат к современной богеме, к творцам современного искусства. Практики современного искусства подразумевают ставку на самоценность переживания вне зависимости от того, каким будет вызываемое чувство, положительным, вписанным в канон пристойности, или негативным, провоцирующим. Последнее, пожалуй, еще и лучше, так как пристойное, возвышенное переживание искусства, благодаря авангарду XX века и теоретикам постмодернизма типа Ж. Бодрийера напрочь связывается современным творцом культуры с буржуазностью, скукой, фальшью. Так что чем хуже, тем лучше — негативная реакция была для творцов ПКП достаточным ответом, ибо они по сути своей художники, а не политики — и уж тем более не политтехнологи, вопреки определениям СМИ в адрес М. Гельмана. Поэтому они наткнулись на организованное и крепнущее год от года сопротивление со стороны пермского сообщества. Местные прогрессоры, продолжая метафору Стругацких-Липовецкого, столкнулись с еще более продвинутыми прогрессорами, разом лишив первых монополии на прогресс (интересно, что ныне и упоминавшийся выше И. Аверкиев использует эту метафору, не в свой, разумеется, адрес. [1]. Возникла конкуренция между «варягами» и «туземцами» (любимое сравнение в пермском дискурсе).

Но в процессе этой конкуренции противники «революции» оказались более искусными в современных технологиях работы с населением, чем «революционеры». Как ни странно, региональные СМИ, в том числе и подконтрольные губернатору, практически не предприняли никаких попыток создать позитивный имидж предлагаемым программам и проектам. Напротив, голос противников ПКП оказался более громким и убедительным. Как следствие, в памяти пермских граждан Пермский культурный проект оказался связан только с «красными человечками» и «Табуреткой» (наиболее скандальными арт-объектами, установленными в этот период), а общественная полемика на разных уровнях вылилась в разговоры о стоимости проектов и размерах гонораров, причем с намеком на коррупционную составляющую.

Возможно, эта ожесточенная полемика и не позволила заметить и отрефлексировать иные составляющие ПКП, скрытые от основной части публики. Хотя они, на наш взгляд более интересны. Отметим некоторые из них пока в качестве отдельных зарисовок, поскольку целостная картина пока находится в стадии формирования.

Последствие 1. От чиновника — к «проектанту». Появление проектных менеджеров в сфере культуры.

Хотели непосредственные творцы ПКП этого, или нет, но некоторое послание пермскому сообществу было прочитано по крайней мере некоторым числом представителей «новых горожан». В цитированной выше концепции культурной политики Пермского края «Пермский культурный проект» есть еще одна составляющая, обозначенная как принципы современной культурной политики «*Действуем и преобразуем одновременно*» и «*Обучаем, действуя*» [9, с. 18]. Иначе говоря, эта политика должна была осуществить системный трансферт культурных технологий и способствовать «формированию новой генерации менеджеров, творцов, зрителей, меценатов». На практике это вылилось в такие проекты, как серии семинаров и конференций, экономических форумов с весьма представительным составом, в программу «Пермский край — территория культуры», в рамках которой на протяжении ряда лет разные города и поселки региона получали, по сути, годовые гранты на реализацию собственных культурных проектов. В социальном плане одним из значимых последствий ПКП стало появление некоторого количества местных менеджеров, ученых, фрилансеров, дизайнеров и предпринимателей в сфере креативных индустрий, которые смогли адаптироваться к ситуации и получить прибыль, причем не только в материальном измерении. Мы можем констатировать формирование целой группы «проектных менеджеров в сфере культуры», готовых найти производителя, заказчика и связать их воедино, что является относительно новым феноменом в пермском ландшафте. Может, это заслуга не исключительно ПКП, но в рамках «культурной революции» появились условия, благодаря которым многие из них развернулись, приобрели опыт, осознали новые возможности. Интересное обстоятельство — они, в отличие от чиновника, не принадлежали изначально к «командам», хотя чиновник и хотел бы их туда приписать. Они оказались профессионалами в том смысле, что изначально работали не столько на идею заказчика (босса), сколько реализовывали собственное представление о параметрах «культурного продукта». Да и само применение термина «услуга, продукт» в отношении культуры их не смущало. Есть шанс, что эта новая генерация продолжит свою деятельность и в дальнейшем.

Последствие 2. От Большой пьянки — к городскому фестивалю. Формирование новых коммуникативных площадок для «нового горожанина».

Одной из проблем, с которыми сталкиваются власти больших и малых провинциальных городов при проведении массовых мероприятий, является специфическая публика, их посещающая. Так, вошедшие в практику «дни города», как правило, рассчитаны в основном только на одну выделенную нами категорию городского сообщества — в терминологии образованных слоев — на «городских варваров». По результатам серии фокус-групп в разных городах Пермского края, а также по мнению многих коллег из других городов, эти мероприятия заставляют значительную часть населения просто покидать городские центры на эти дни под давлением жителей городских окраин. Дым шашлычных, обилие пьяных и упрощенная программа на невзыскательную публику практически исключает участие в таких мероприятиях представителей средних слоев населения, семейный отдых с детьми, носителей иных, альтернативных культурных стилей.

Одним из наиболее успешных мероприятий ПКП стал фестиваль «Белые ночи» — многодневное действие на центральной площади города (так называемой «эспланаде»), проводившееся на протяжении последних трех лет в рамках специально построенного для этого фестивального городка, объединяющее музыкальные выступления разных жанров (от классической музыки в исполнении «Виртуозов Москвы» до альтернативного рока и джаза), торговлю сувенирами и продукцией народных промыслов, выставки, театральные представления и т.п., сделанные силами как местных, так и приезжих артистов, музыкантов и художников. Сами организаторы предпочитали говорить о «Белых ночах» как о «фестивале фестивалей», включавшем и День города.

Изменение формата мероприятия повлекло и существенное изменение аудитории. Впервые за много лет городская площадка объединила представителей разных социальных слоев. Ограничения на торговлю спиртным и курение на территории фестивального городка позволил снять естественные ограничения на возраст посетителей, разнообразная программа удовлетворила самые разные вкусы, а единое дизайнерское решение делало интересным нахождение на фестивале даже при отсутствии интереса к искусствам.

Выше мы уже говорили о роли, которую играли театры и музеи в российских городах для формирования слоя «интеллигенции». Фестиваль «Белые ночи», равно как и подобные ему мероприятия, стали новой площадкой для выработки чувства солидарности и социальности городского сообщества, в первую очередь — «нового горожанина».

Последствие 3. Пермский звериный стиль — от научной проблемы к товарному знаку. Новые символы города.

Выработка территориальной идентичности, особенно в условиях существенных социальных сдвигов, всегда сопровождается пересмотром культурных символов, эту идентичность презентующую. Не удивительно, что проявление новой символики и новых куль-

турных мифов зачастую становится актуальной задачей. Но в этом вопросе наиболее часто власти терпят фиаско, сталкиваясь с откровенным неприятием населением того смысла, который должен быть запечатлен в конструируемых символах. Не вдаваясь в долгие объяснения причин такого неприятия, просто констатируем наличие этой проблемы. Пример тому — как пресловутые «красные человечки» из истории ПКП, так и примеры из других регионов, например баталии вокруг омской символики, или многочисленные примеры «народных названий» советских и постсоветских памятников (авторам известны примеры из Сыктывкара, Иваново, Владимира, Астаны и т.д.).

Тем интереснее пример формирования относительно нового бренда и набора символов «Пермского звериного стиля». Еще 5-6 лет назад о нем знали только специалисты-археологи и музейные работники, да и то, его научный статус не раз подвергался сомнению — Пермский звериный стиль воспринимался некоторыми учеными как локальный вариант более широкого исторического явления урало-сибирского звериного стиля. Появление символики, созданной на основе Пермского звериного стиля стало возможным даже не усилиями Министерства культуры, а благодаря совместным проектам организатора международного этнофутуристического фестиваля в Перми «Камва» Натальи Шостиной и пермских ученых. В результате сюжеты и образы Пермского звериного стиля послужили толчком для разработки сувенирной продукции Пермского края, дизайнерских разработок, ювелирного искусства, арт-объектов. В настоящий момент это один из узнаваемых брендов Пермского края. Это пример того, как в рамках того или иного политического проекта могут быть реализованы и вполне самостоятельные культурные новации.

Разумеется, последствия ПКП могут оказаться более глубокими, широкими и неоднозначными. Время окончательных выводов еще не пришло. Однако в завершение нашего анализа хотелось бы подчеркнуть некоторые условия, необходимые для успешной реализации проектов в культурной политике городов, вытекающие из пермского регионального опыта.

Самым важным условием успеха такого рода проектов остается более или менее устойчивый консенсус жителей города относительно самой необходимости брендинга территории, поиска идентичности и формирования новой городской среды. Причем такой консенсус необходим именно на позитивной основе, иначе готовности играть (а любой бренд — презентация, а значит и игра) в свою «идентичность» не будет. Возможен ли этот консенсус? Думается да, при приложении определенных усилий в области маркетинга, рекламы и просвещения.

Другое важное условие — формирование команд, участвующих в реализации отдельных составляющих культурной политики на основе смешения местных и приезжих

специалистов, экспертов, менеджеров. Как показала и продолжает показывать практика, без предварительной, мало заметной внешне, но тяжелой работы по согласованию позиций между различными составными частями городского сообщества, управленческого аппарата и идеологами проекта, равно как и без взаимных компромиссов подобного рода «революции» практически не возможны.

Наконец, третье условие — опора на предварительное изучение городского сообщества во всем его специфическом многообразии и уникальности. К сожалению, общие схемы тут вряд ли помогут: городские сообщества все же не похожи друг на друга. И тут вряд ли можно обойтись простой экспертизой (иначе говоря – личными наблюдениями), поскольку социальной ангажированности любого эксперта никто не отменял. Речь идет о глубоких, порой длительных исследованиях методами социологии, истории, культурной антропологии, социальной психологии.

Только при соблюдении этих условий, на наш взгляд, возможно то самое брендрование, те самые реновации и идентификации, о которых столь часто сегодня рассуждают в связи с настоящим и будущим индустриального города.

Список литературы и источников

1. Аверкиев И. В. Арт-объекты: резервация не нужна, нужно обновление ассортимента. Режим доступа: http://www.pgpalata.ru/persons/Art_objects (дата обращения 01.10.2013).
2. Аверкиев И. В. Пермский культурный пузырь. Режим доступа: <http://bus.znate.ru/docs/index-3819.html> (дата обращения 01.10.2013).
3. Бауман.З. Индивидуализированное сообщество Индивидуализированное общество. — М.: Логос, 2005. — 390 с.
4. Вирно П. Грамматика множеств. — М.: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2013. — 176 с.
5. Гидденс Э. Последствия современности. — М.: Практикс, 2011. — 352 с.
6. Дилигентский Г. Г. Люди среднего класса. — М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2002. — 285 с.
7. Дюкин С. Г. Мрачный и неудобный город (оценка пермских реалий в блогах) / Пермь как стиль. Презентации пермской городской идентичности / под ред. О. В. Лысенко, Е. Г. Трегубовой. — Пермь, ПГГПУ, 2013. — С. 162 – 175.
8. Кагарлицкий Б. Восстание среднего класса. — М.: Эксмо, 2012. — 224 с.
9. Пермский культурный проект. Концепция культурной политики Пермского края. Режим доступа: <http://www.kulturaperm.ru/content/file/Konsept%20polnyi.pdf> (дата обращения 01.10.2013).
10. Тоффлер Э. Шок будущего: Пер. с англ. / Э. Тоффлер. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. — 557 с.
11. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. — М.: Классика-XXI, 2011. — 432 с.
12. Элиас Н. Общество индивидов. — М.: Практикс, 2001. — 336 с.

13. Янковская Г. А. Локальный фундаментализм как стиль дебатов о культуре // Пермь как стиль. Презентации пермской городской идентичности / под ред. О.В. Лысенко, Е.Г. Трегубовой. — Пермь, ПГГПУ, 2013. — С. 151 – 162.

14. Яцино М. Культура индивидуализма. — Харьков: Гуманитарный Центр, 2012. — 280 с.

Л. Е. Добрейцина

**БРЕНДИНГ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ГОРОДА:
ПОИСК СМЫСЛОВ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ НИЖНЕГО ТАГИЛА)**

Брендинг городов — популярная ныне тема в среде российских урбанистов. Она породила множество дискуссий и надежд относительно возможностей бренда как способа развития города, его продвижения в мировом культурном пространстве, улучшения качества жизни горожан и т.п. Многие уральские индустриальные города тоже озаботились выработкой собственного бренда. И в непосредственной работе над ним столкнулись с рядом самых неожиданных проблем. Ярким примером тому может служить типичный для промышленного Урала город Нижний Тагил.

Прежде всего, возник закономерный вопрос: если мы считаем город индустриальным и по объективным показателям он таковым и является, не есть ли это уже законченный, сложившийся бренд? Ведь большинство городов, подобных Тагилу, возникли как поселения при заводах, развивались в таком качестве и, в сущности, остаются городами-заводами по сей день. Заводское производство формирует структуру и внешний облик городского ландшафта, значительная часть горожан занята именно на заводах, заводы дают большую часть поступлений в местный бюджет, содержат разветвленную инфраструктуру, определяют топонимику, шкалу ценностей и способы проведения досуга. Конкретно в Нижнем Тагиле вдобавок к действующим заводам имеется музей-завод Демидовых — музейфицированное пространство первого тагильского завода, родоначальника города, который позиционируется как главная городская достопримечательность. Музей-завод, а также богатые экспозиции краеведческого музея и музея истории техники рассказывают о прошлом индустриального города. Достижения настоящего и перспективы на будущее представляет главное городское событие международного масштаба — Уральская выставка вооружений, которая проходит в Тагиле с 1999 года и демонстрирует успехи уральской и —