

## ДИСКУССИЯ

---

УДК 009

### ДИСКУССИЯ «КУЛЬТУРНЫЙ ЛАНДШАФТ ЕКАТЕРИНБУРГА: ПРОБЛЕМА КОНСТРУИРОВАНИЯ И РАСШИРЕНИЯ»

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Екатеринбург, бренд, имидж, образ, культурный ландшафт, культурные практики.

### DISCUSSION «CULTURAL LANDSCAPE YEKATERINBURG: A PROBLEM OF CONSTRUCTING AND EXPANDING»

KEYWORDS: Yekaterinburg, brand, image, image, cultural landscape, cultural practices.

*1 октября 2013 г. состоялась дискуссия «Культурный ландшафт Екатеринбурга: проблема конструирования и расширения», организованная Екатеринбургским музеем изобразительных искусств, Уральским государственным педагогическим университетом (УрГПУ) и Уральским федеральным университетом (УрФУ).*

*Участники дискуссии:*

**Губкин Олег Петрович**, заместитель министра культуры Свердловской области

**Закс Лев Абрамович**, доктор философских наук, профессор, ректор Гуманитарного университета

**Корытин Никита Николаевич**, директор Екатеринбургского музея изобразительных искусств

**Кропотов Сергей Леонидович**, доктор философских наук, профессор, ректор Екатеринбургской академии современного искусства

**Кубенский Эдуард Александрович** архитектор, дизайнер, основатель издательства «ТАТ-ЛИН»

**Мурзина Ирина Яковлевна**, доктор культурологии, профессор, заведующая кафедрой культурологии УрГПУ, главный редактор электронного научного журнала «Человек в мире культуры. Региональные культурологические исследования»

**Немченко Лилия Михайловна**, кандидат философских наук, доцент кафедры этики, эстетики, теории и истории культуры УрФУ, директор фестиваля «Кинопроба»

**Салмин Леонид Юрьевич**, кандидат искусствоведения, профессор кафедры графического дизайна Уральской государственной архитектурно-художественной академии; главный редактор журнала «Платина»

**Тушин Сергей Геннадьевич**, заместитель главы Администрации города Екатеринбурга по организации значимых общероссийских и международных мероприятий

**Фатеев Евгений Юрьевич**, организатор фестиваля «Стенография»

**Штубова Елена Валентиновна**, кандидат искусствоведения, директор музея архитектуры и дизайна Уральской архитектурно-художественной академии

*Модераторы дискуссии:*

**Путинцев Максим Александрович**, главный редактор радиостанции «Эхо Москвы – Екатеринбург»

**Глазырин Алексей Владимирович**, председатель совета директоров ГК «Ньютон»

*Поднятые в ходе обсуждения вопросы касались насущных вопросов существования мегаполиса как пространства культуры. Ниже предлагается стенограмма выступлений участников дискуссии. Материалы представлены в сокращении.*

### ЧАСТЬ 1. «Культурное наследие Екатеринбурга как инструмент регионального брендинга»

**Путинцев М.А.:** Тема нашей сегодняшней дискуссии сформулирована очень серьезно: «Культурный ландшафт Екатеринбурга: проблема конструирования и расширения». Мы начнем с темы, которая звучит следующим образом: «Культурное наследие Екатеринбурга как инструмент регионального брендинга». На мой взгляд, очень символично, что наше обсуждение проходит на фоне одного из главных символов нашего региона и Екатеринбурга – замечательного Каслинского павильона.

В городе проходит и будет проходить множество мероприятий государственного и международного масштаба. Мы это знаем. Нам нужно иметь «свое лицо», чтобы показывать его приезжим, которых будет становиться больше. Город активно развивается: много чего строится, много чего сносится. И тут важно сохранить свою идентичность и передать ее потомкам. Не секрет, что сегодня города и регионы конкурируют между собой, ведут борьбу за деньги, за инвестиции, за туристов. Чем современнее и удачнее бренд, тем у города выше шансы на победу.

И это только при поверхностном взгляде на проблему. У каждого из спикеров будут свои резоны на этот счет, и общий взгляд, представленный в рамках дискуссии, будет гораздо более глубоким. Я приглашаю за трибуну первого выступающего. Это – Олег Петрович Губкин, заместитель министра культуры Свердловской области.

**Губкин О.П.** (тема доклада: «Екатеринбург и региональный брендинг»): Вопрос брендинга территорий, в том числе Екатеринбурга, уже неоднократно дискутировался и проговаривался.

Екатеринбург получил в наследство не очень хороший имидж. Как тень, шлейф прошлого звучит: «Это город, где расстреляли Царя и его семью». Но есть и иные образы. Город заводов. Уралмаш. Дымящиеся заводские трубы. Серый, стальной

имидж соцреализма. Город с криминальной историей. Все мы знаем, как широко обсуждалась тема ОПС «Уралмаш», выстрелы из гранатометов у Дома Правительства. Мы вошли в Книгу рекордов Гиннеса с самой короткой веткой метро и замечательным долгостроем – телебашней.

Это все – со знаком «минус». Безусловно, у всех нас стоит задача преодолеть этот негатив. Определить что-то новое, перспективное, действительно нужное для города, области и Урала в целом. Но прежде всего для города Екатеринбурга. Если посмотреть на все несколько шире, какие вообще в мире есть символы городов, сразу приходит на память, что для городов Европы, городов Старого Света характерны символы башни. Например, Эйфелева башня (мы сразу понимаем, что это Париж), Биг-Бен (мы узнаем Лондон). Спаская башня (Москва) – тоже замечательный символ. Телебашня в Берлине – признанный символ.

Если взять Екатеринбург, то у нас это, конечно, водонапорная башня в Историческом сквере, Белая башня на Уралмаше, и, может быть, будущая перестроенная облагороженная телебашня...

Символом Нью-Йорка является не только башня Эмпайр Стейт Билдинг (The Empire State Building), но и Статуя Свободы. В Рио-де-Жанейро Статуя Христа – известный мировой символ. В Екатеринбурге в качестве символов в советскую эпоху принимались: памятник Я.М. Свердлову на фоне Оперного театра, памятник Кирову у главного здания УПИ или памятник рабочему и танкисту (Монумент воинам Уральского добровольческого танкового корпуса) на Привокзальной площади. Это тоже были бренды.

Если посмотреть на здания, которые в Екатеринбурге также использовались как символы, – это, безусловно, здание мэрии, очень яркий символ муниципальной власти. Здание Цирка – запоминающееся. После реставрации символом города стал дом Севастьянова. Здание гостиницы «Исеть» в стиле конструктивизма – символ. Надо

## ДИСКУССИЯ

---

сказать, что наш город славен многочисленными сохранившимися зданиями в стиле конструктивизма, из которых каждое само по себе (и все они в совокупности) может стать брендом. Ну, и безусловно, гордость Екатеринбурга составляет усадьба Харитоновна-Расторгуева.

Можно долго перечислять городские памятники и достопримечательности, но нам необходимо выбрать один (максимум два) в качестве «глобального» символа Екатеринбурга.

Из объектов (я бы сказал – арт-объектов) – нужно назвать Каслинский чугунный павильон. На сегодняшний день это признанный символ города Екатеринбурга. Это единственное в мире архитектурное сооружение из чугуна, находящееся в музейной коллекции. Что подтверждается данными ЮНЕСКО.

Перечисляя предполагаемые символы, я бы хотел подчеркнуть еще и то, что у Екатеринбурга есть разделяющий символ. Это знак на границе «Европа – Азия». В отличие от Стамбула, где мост соединяет континенты (символ со знаком «плюс»), символ в Екатеринбурге – со знаком «минус», так как он разъединяющий. У нас есть несколько монументов на границе «Европа – Азия», все они разные. Была даже идея перенести эту границу и установить знак в Историческом сквере. Идея – любопытная, интересная. Но насколько она верна? Можно ли считать такую границу, так сказать, «географическим водоразделом»? Сомневаюсь.

Проводились различные исследования, посвященные выбору символа для Урала и Екатеринбурга как его столицы. Пришли к выводу, что самой узнаваемой является ящерица, обязательно с короной на голове, на малахитовом поле.

Есть еще множество брендов. По крайней мере, в культурной жизни Екатеринбурга уже признанными брендами являются Уральский рок-клуб, Школа уральской драматургии Николая Коляды, писатель Владислав Крапивин, поэт Борис Рыжий. Я бы еще хотел отметить Конкурс

фантастов «Аэлита». В области спорта нам есть чем гордиться. Спортивные бренды: волейбольная команда «Уралочка», Костя Цзю. Можно много перечислять имен.

Подводя итог всему вышесказанному, хотелось бы отметить, что у Екатеринбурга пока еще нет глобального символа. Его нужно конструировать, строить и определять. Мы должны такой символ определить, родить эту идею. Построить нечто глобальное, мощное, что будет характерно только для Екатеринбурга. На этом я хочу закончить свое краткое выступление.

**Путинцев М.А.:** Олег Петрович, получается, что в обязательно порядке что-то новое должно появиться?

**Губкин О.П.:** Не существует «обязательного порядка» для определения символа. Пока что общая модель у нас не сложилась. На сегодняшний день мы не имеем такого яркого, глобального символа для Екатеринбурга.

**Путинцев М.А.:** А то, что мы сейчас видим в окне [здание комплекса «Высоцкий»] – можно считать символом? И если это символ: он со знаком «плюс» или со знаком «минус»?

**Губкин О.П.:** Со знаком «плюс», потому что это хорошее «брендовое» название. «Высоцкий» – это, конечно, Андрей Гавриловский мощно придумал. Но с другой стороны: таких «высоток» через 10 лет в Екатеринбурге будет множество. Говорят, что Екатеринбург-сити станет символом третьей деловой столицы России. Да, безусловно. Но за этот символ еще предстоит борьба. Борьба между теми, кто желает сохранить культурное наследие, и теми, кто считает, что в этой части города практически нет объектов, достойно его представляющих, и поэтому надо все снести и построить «Екатеринбург-сити». Такая борьба еще впереди. Споры уже активно ведутся.

**Вопрос из зала:** А кто победит?

**Губкин О.П.:** Здесь нет победителей, и не может быть. В этой ситуации мы непременно что-то потеряем. Но и приобретем. Такая диалектика: мы не сможем

## ДИСКУССИЯ

---

ничего приобрести, не потеряв.

**Путинцев М.А.:** Если говорить о главном символе, который возможно еще будет построен... С вашей точки зрения, его пока нет. Благодаря какому процессу должен возникнуть этот символ? Как вы относитесь к конкурсам, подобным конкурсу «Россия–10»? Народ активно участвовал, за какие-то символы голосовал. Или вы считаете, что символ должен быть «спущен сверху»?

**Губкин О.П.:** К этому конкурсу я отношусь с юмором. Мне кажется, что подобный конкурс – глобальный китч...

**Путинцев М.А.:** Вы сказали, что в Екатеринбурге много «отрицательных» символов.

**Губкин О.П.:** К сожалению, слишком много... И это предстоит преодолеть.

**Путинцев М.А.:** Имидж города, где закончились дни Династии Романовых – разве это плохо? Это же объективная история.

**Губкин О.П.:** ...Кстати, я забыл упомянуть, что Храм на Крови – тоже своеобразный символ... Но искать нечто светское и новое. Для Екатеринбурга имидж «церковного» города с трагической историей в основе – не очень хороший имидж.

**Спасский Максим (управляющий партнер компании Losobook):** Сейчас очень много говорили об архитектурных объектах. Вам не кажется, что нужно сместить «центр тяжести» в сторону людей? Например, в США есть положительный пример – Силиконовая долина. Там нет вообще ничего, но там есть люди. И это делает город. Все мы цепляемся за европейские традиции. Но если посмотреть по-другому, повернуться в другую сторону, можно сказать: «Сколько у нас замечательных людей!».

**Губкин О.П.:** В своем сообщении я перечислил ряд людей, которые могут стать и являться символами города. Но я подчеркиваю: нам нужно вести поиски во всех направлениях. Город без людей не может существовать.

**Щеглов Руслан (вице-президент Уральской туристической гильдии):** Спасибо большое, что все собрались здесь. Наконец-то стали поднимать эти вопросы. Мы семь лет назад начали обсуждать проблему бренда Екатеринбурга. К сожалению, нас никто не слышал. В связи с тем, что мы уже долгое время занимаемся маркетингом Екатеринбурга, я хотел бы задать вопрос всем спикерам. У нас всегда будет запутанная ситуация с брендом, пока мы не определим для себя один момент. У нас до сих пор не комплексной программы по рекламе и PR Екатеринбурга. Пока мы не поймем, зачем мы его рекламируем, мы не поймем, какие бренды нам нужны. Это очень щепетильный момент, но я хотел бы спросить: нужна ли такая комплексная программа?

**Губкин О.П.:** Безусловно, такая программа нужна. На мой взгляд. Но я – областной чиновник. А это вопрос к мэрии Екатеринбурга, к новому мэру. Это должна быть муниципальная программа, потому что она нацелена на продвижение города Екатеринбурга. Такая программа поможет, но далеко не во всем.

**Путинцев М.А.:** Следующим выступает Сергей Леонидович Кропотов, ректор Екатеринбургской академии современного искусства, доктор философских наук, профессор.

**Кропотов С.Л. (тема доклада: «Конструируя место «глобального разума»: имидж, репутация и уральские нарративы»):** Имидж – что-то, связанное с брендингом. Репутация города и тех людей, которые создают эту репутацию, уникальность людей, которые уже были перечислены... Хотелось бы сместить тему этого разговора к репутации героев этого места. Потому что город известен благодаря этим героям...

Многим из вас наверняка знаком документ, составленный двумя уральцами по рождению в приложении к программе «Бренды России», которая создавалась приблизительно в 2007 году. Одного автора зовут Михаил Тайц. Он директор по

## ДИСКУССИЯ

---

аналитике и проектному планированию одного трудно называемого агентства [агентства по связям с общественностью и стратегическим коммуникациям R.I.M. Porter Novelli – ред.], выпускник журфака УрГУ 1988 года. Предыдущий документ создал Денис Валерьевич Визгалов, тоже уралец, так как родился в Белорецке. Д. Визгалов говорит о разных городах с брендами. Екатеринбург он перечисляет наряду с Иркутском, Великим Устюгом, Мышкиным в ряду «брендов второго ряда», причем где-то в конце списка.

В брендинге, по моему мнению, должно быть очень яркое желание элит города и самого города «продаться». Но почему мы уверены, что задача нашего города только продаваться, а не заниматься более фундаментальными вещами, которыми город делает уже давно и не без успеха?

Мне кажется, что все проекты, являющиеся эмблемами места (в том числе и Каслинский павильон, и Павел Бажов как проект, и чемпионат мира по футболу, и «ЭКСПО-2020», и чемпионат мира по программированию и т.д.) в определенном смысле могут оказаться конкурентными. Например, часы, ведущие отсчет времени до Олимпиады в Сочи, вытеснили некую вещь [Краснознаменную группу с орденом Ленина, простоявшую почти сорок лет – ред.], вполне качественную, с которой 70 % екатеринбуржцев себя отождествляют. Мне хотелось бы пожелать, чтобы в нашем городе, все эти проекты выступали бы не как конкурентные, а как дополнительные.

Те, кто любят спектакли Николая Коляды, – не образуют большинства. Регулярные посетители индустриального биеннале – не образуют большинства. Большинство екатеринбуржцев, как показывают наши социологические исследования, придерживаются достаточно консервативных взглядов. Но они тоже имеют право на то, чтобы через традиционные вещи была представлена их идентичность.

Подчеркнем, и в объектах, которые

назывались и еще будут здесь называться, и в людях, которые являются героями места, надо подчеркивать их уникальность. Например, «Высоцкий» – совершенно не уникален, если брать во внимание архитектурные качества этого сооружения. Уникальность – то, чего ищут. У Екатеринбурга есть приличный по размеру узел, из которого торчит много втянутых туда веревочек. Потяните за любую, и вы получите искомый результат. Таких узелков много. Тяните, и перед вами развернется некое пестрое одеяло. Мне кажется, что каждый из героев места, – представитель своей группы элит. А. М. Чернецкий – безусловно, человек с очень серьезной репутацией. Н. Коляда, В. Бутусов, Е. Ройзман.

Я думаю, одна из проблем, с которой мы сталкиваемся, может быть неким когнитивным пределом, ответом на вопрос «Почему бренд не получается?» Хотя, мне абсолютно не интересно, будет бренд или его не будет. Меня более заботит репутация интересных мне людей и репутация моего города. А бренд – это уж как Бог даст.

Одна из причин, почему бренд все-таки «не получается» (а чуть дальше мы посмотрим, что лучше: бренд или репутация?), мне кажется, – это разногласия, несогласованность интересов. Кто-то должен заниматься консолидацией культурных элит, или консолидацией культурных политик. Потому что, эта несогласованность – не главная, но одна из многих причин того, почему «не получается» бренд...

Екатеринбург уже давно, гораздо раньше, чем непостижимое проведение Урало-Сибирской промышленной выставки в конце XIX века, производит не только сталь, медь, снаряды, танки и прочие вещи. Он производит репрезентации. Но в формате индустриальной и реформистской экономики считалось, что, во-первых, этим занимаются столицы. Во-вторых, считалось, что это несущественный сегмент экономики. Но все мы знаем, что сегодня во многих бывших индустриальных городах (в постфордовской Британии, Нью-

Йорке или Тель-Авиве) репрезентаций производится все больше и больше. Количество людей, их влияние, их репутации нередко гораздо более серьезные, чем постепенно угасающие, бывшие когда-то градообразующими предприятиями (например, Нью-Йоркский или Лондонский порт).

Репутации могут быть разными. Это могут быть знаки, выразительные жесты, события. Цареубийство – тоже репутация. Казнь Карла I в Великобритании – это тоже репутация. На одной площади может стоять памятник Карлу I и памятник Оливеру Кромвелю. Б. Ельцин – это жест. Сбитый американский самолет 1961 года – это жест. А сколько жестов произвел Уралмаш? В прошедшую субботу мы возили наших гостей с факультета свободных искусств и наук Санкт-Петербургского государственного университета, который возглавляет Алексей Леонидович Кудрин. Сколько жестов представлено в Музее Уралмаша? Этот музей можно сделать не узко корпоративным, а значимым для всех.

Конструктивизм, я думаю, что об этом явлении еще будут отдельные доклады сегодня, – это тоже жест. Представьте себе, бараки (сейчас там уже не бараки) и Белая башня на их фоне. Это как «марсианский корабль» из «Войны миров» Герберта Уэллс! Как можно рассказывать об этом гостям города?

Поэтому, мне кажется, нам нужно обновить спектр, арсенал инструментов, с помощью которых мы рассказываем о своих уникальных героях и своих уникальных объектах. Одна из новинок этого сезона. Я уже слышал об одном из проектов реконструкции телевизионной башни, которую, конечно, нужно достроить, независимо от того, будет в Екатеринбурге проходить Чемпионат мира по футболу или нет. У меня есть один из сюжетов, связанный с Музеем Лего и продвижением конструктивистских сооружений, которые массовый потребитель и в других странах не всегда хорошо понимает. В одном из книжных

магазинов на Бродвее я увидел конструктор Лего, наборы, позволяющие собирать все конструктивистские здания в Нью-Йорке (подобные Белой Башне и Гостинице Исеть). Лего – это уникальное изобретение, уже пущенное в тираж, как велосипед, как телевизор. Его уже не отменить, в него будут играть наши дети и внуки. Поэтому, почему бы не сделать объекты конструктивизма в виде лего-кубиков? Это может привить любовь к этим объектам, в том числе к зданию – великолепному зданию старого ДК УЗТМ. Фактически, это другое «восходящее» производство (его можно называть символическим производством). К нему существует определенное недоверие, что говорит о когнитивных пределах нынешних элит. Владельцы здания «Высоцкий» вряд ли понимают и вслушиваются в то, что такое символическое производство. Но символическое производство было, есть и будет.

Бренд – это всегда там, где продажа. А репутация – это любое взаимодействие с общественными группами и отдельными людьми.носителем репутации может быть только субъект. Товары или вещи носителями репутации быть не могут. А город? Если город низвести до положения объекта для манипуляций – репутации у города не будет. Все прелесть Екатеринбурга (его уникальность, «фишка») состоит в том, что как бы ни пытались представители власти в разные эпохи, город сохранялся... Например, Беркендорф говорил: «Слишком вольные они там». «Они» и в то время упорно не хотели, и сейчас не хотят превращаться в простой объект для манипулирования. И этим, вероятно, они заслужили свою репутацию.

Несколько слов о содержании репутации. Оно может быть рациональным – когда основано на объективных представлениях о статусе, о качестве производимой продукции и сообщества, которое поддерживает эту репутацию. Бренд – всегда упрощенный код. Мы знаем о многогранности Парижа. И при всей нашей любви к Эйфелевой башне, которая прекрасна, она

представляет собой упрощенный код города. Париж гораздо богаче. С этой точки зрения, репутация – это многофакторный комплекс.

Идентичность репутации. Разная репутация – для разных целевых аудиторий, в зависимости от того, какой информацией они обладают и что для этих групп «хорошо» или «плохо». С этой точки зрения, никто в мире не боится негативных эпизодов, которые произошли, допустим, в Лондоне или Геттисберге. И здесь такие эпизоды происходили. Уральские элиты, боровшиеся за ресурсы, которые очень нерегулярно поступали на строительство Уралмаша. Этот трагический эпизод еще предстоит осмыслить. Он создал репутацию городских властей как достаточно серьезных людей. И деньги им все-таки удавалось «выбивать», хотя и не регулярно. Когда деньги не поступали, что трудящиеся – строители Уралмаша – шли в лес и собирали грибы, чтобы как-то выжить. Тем не менее их репутация позволила решить все задачи, которые перед ними стояли.

Репутация возникает стихийно. Если брендом можно управлять, то репутацией не управляют. Она все равно возникает. Единственное, что могут сделать гуманитарии, политтехнологи, урбанисты – попытаться профилировать эту репутацию. Это всегда взаимодействие.

Все герои, которых мы сейчас упомянули, делают одну очень важную вещь – трансформацию негативного в позитивное. С этой точки зрения, негативного не нужно бояться. Николай Коляда делает: из мусора – «нечто», из истерики – «нечто». То же происходило с другими «героями места» воли (Г. К. Жуков, Б. Н. Ельцин и т.д.).

Таким образом, город имеет все основания считать себя местом глобального разума [*тема Всемирной выставки ЭКСПО-2020 – ред.*]. Глобальный разум в сегодняшнем мире ассоциируется с такими интеллектуальными технологиями, которые в этом пространстве собраны и называются «музейно-выставочная деятельность». Од-

на лишь цитата – название книги хорошего американского «музейщика» Дональда Презиози (где речь идет только о музеях и контексте, в который вписаны музеи) – «Голова для тела Земли». С этой точки зрения, ЭКСПО, Каслинский павильон, музеи или что-то еще – это все вещи, которые маркируют территории, которым удается притягивать и транслировать смыслы, которые выступают в качестве центров, из которых идут нервные импульсы «гигантского тела» Земли. В английской версии это звучит как «Brain of the Human Body». Каслинский павильон произведен не здесь. Но он привлечен сюда для того, чтобы стать инструментом высказывания о местной идентичности. Так действуют города, обладающие индивидуальностью.

**Путинцев М.А.:** Вопрос из зала.

**Вопрос:** Почему понятие бренда рассматривается только как инструмент рекламы, хотя по опыту европейских городов можно сказать, что брендинг – это часть развития всех городских территорий и вообще видения города. Почему только как элемент продажи города бренд рассматривается?

**Кропотов С.Л.:** Потому что очень многие вещи, которые приходят к нам из-за рубежа (впрочем, не только в Россию, но и в Турцию, и в Китай) часто берутся именно на уровне этикетки. Поэтому многое из того, что у нас формально существует, в сущности, оказывается имитацией.

Поэтому не стоит складывать две эти вещи. Очень просто, особенно для тех, кто должен отвечать за это, свести все к брендингу, а не к проблеме качественного развития территорий. А это гораздо более многомерное явление.

**Путинцев М.А.:** Приглашаем следующего спикера. Это – Лев Абрамович Закс, доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой этики, эстетики, теории и истории культуры Уральского федерального университета, ректор Гуманитарного университета.

**Закс Л.А.:** Дорогие друзья, очень интересная тема. Уже прозвучали разные

позиции. Я вам скажу честно, что я уже пережил «внутренне» вхождение в рыночную реальность, поэтому меня совершенно не смущает слово «бренд». И более того, даже слово «продаваться» меня уже не смущает. Это материальная реальность, в которой мы с вами живем. В этом смысле, вопрос, прозвучавший только что из зала, был задан совершенно правильно. На поверхности, проблема брендинга – это проблема продажи. Но реально это – проблема существования в цивилизованном мире. Это проблема инвестиций, проблема обменов. Что такое современный человек без обменов?.. Поэтому, мне кажется, что вопрос о брендинге ставится правильно. И более того – феномен «продажи» в цивилизованном мире совершенно не противоречит подлинному качеству и репутации. Мы с вами знаем, что настоящие бренды и в рыночной экономике, в потребительском обществе – это качественные вещи.

Я бы хотел подчеркнуть несколько общих моментов, касающихся бренда.

Первое. Бренд тесно связан с функционалом. Один и тот же город или одна и та же вещь в разных контекстах наполняется разным значением. Это нужно иметь в виду. Если мы говорим о бренде города, имея в виду его комплексное развитие, процветание его граждан, мы не можем «зацикливаться» на чем-то одном. Футбол – для одних, наука – для других, природа и окрестности города – для третьих. Нужно все.

Второй момент, который я хотел бы подчеркнуть. Бренд – не синоним отдельного символа. В квантовой механике существует диалектика волны и частицы. Для меня бренд – это набор «частиц», которые вместе образуют некоторое «аттрактивное поле». В высшей степени многозначное... Не случайно, сегодня в заголовке дискуссии присутствует тема культуры». Важно подчеркнуть, как работает бренд. Прежде всего – известность, затем – аттрактивность (притягательность), а потом уже – желание быть «использованным», потребленным.

У меня в руках буклет выставки, которая проходила во Флоренции в Палаццо Строцци, и где фигурировали бесценные сокровища нашего авангарда [*коллекция живописи из Екатеринбургского музея изобразительных искусств – ред.*]. Выставка называлась: «Русский авангард: Сибирь и Восток». Слово «Урал» там не известно. «Сибирь» в данном случае – это бренд, но не Урал, и не Екатеринбург.

Еще один момент. Настоящие бренды не могут конструироваться полностью искусственно. Бренд – это всегда соединение исторической «органики» и дополнительного креативного, аттрактивного усилия. По этой причине, сегодня работа по созданию брендов – это часть культурной политики, и в то же время – часть экономической политики. Задача, которая стоит перед людьми, создающими бренд, – комплексная. Она заключается в том, чтобы повернуть, «вытащить» естественные исторически сложившиеся ресурсы и соединить их с чем-то современным (остраняющим, как сказали бы литературоведы или театроведы). В этом плане, искусство – не только объект и средство брендинга, но и модель брендинга. Я не могу представить бренд города без использования художественных средств. Не вещь работает как бренд, а образ вещи. Не Эйфелева башня – бренд Парижа, это всего лишь часть общего образа города. Ни один нормальный человек не поедет в Париж только для того, чтобы посмотреть на Эйфелеву башню. Мы едем в Париж ради Парижа. Это неисчерпаемое поле значений... В этом смысле бренд Екатеринбурга – это Екатеринбург. Нам нужно научиться мыслить этой целостной, системной, не сводимой к частям категорией Екатеринбурга.

Тем не менее, это складывается из определенных направлений. Какие здесь можно выделить основные направления? Если мы говорим о культурном наследии, нужно выделить несколько «вещей», которые есть, и которые нужно «раскручивать». По каким-то причинам (или их не

знают, или мы не умеем правильно их «подать») необходима эта раскрутка. Эти вещи тесно связаны между собой.

1. Первое условно можно назвать «Урал изначальный». Это некое пространство, где природа соединяется с культурой: это мифология, географические достопримечательности (например, Каменные Палатки). При определенных способах существования – это все «продаваемые» и «раскручиваемые» вещи. Здесь же нужно сказать об уникальном полиэтничном ресурсе Урала, и Екатеринбурга в частности. Есть ли в Музее истории Екатеринбурга экспонаты, посвященные нашей этнической культуре? Можно ли проследить аспект полиэтничности (в том числе мифологию, способы существования отдельных народов) по материалам Краеведческого музея?

2. Второе направление – история материальной культуры и производства. Человечество никогда не вернется к промышленному, горнозаводскому Уралу. Но это обстоятельство делает горнозаводской Урал (в частности, «развалины» в Нижнем Тагиле) залежами, которые мы совершенно не умеем использовать.

Парадокс: чем больше человечество рвется в будущее, тем больше оно обнаруживает интерес к тому, что больше никогда не повторится.

Мы не умеем использовать мифологию горнозаводского Урала: она пылится в архивах, в голове М.П. Никулиной – абсолютно гениального брендолога, человека, который как никто другой знает уральскую мифологию. Как Майя Петровна Никулина рассказывала, как была устроена навигация по небольшим рекам!.. Если это воссоздать, то посмотреть приедут люди из Австралии. Эти устройства и технологии уже больше никогда не будут действовать, люди уже летают на самолетах, но именно по этой причине – это очень интересно. Сколько еще элементов можно включить в уральскую мифологию? Множество, в том числе и Уралмаш.

3. Третье направление – это социально-

политическая история. Урал репрезентирует многие «вещи» не только российской, но и мировой истории. В частности, становление абсолютизма и противостояние абсолютизму. Петр I и те, кто были против него. Конфессиональный аспект: новая вера и старая вера – тоже очень интересный пласт. Религиозная культура сегодня – музейна, но в действительности протестантизм в Западной Европе, старообрядчество на Урале – основа развития, благополучия многих... Перед тем, как наших староверов «задушили», они успели создать российским капитализм. История российского капитализма, остановленного «на взлете» – очень интересный пласт. А Екатеринбург в этом смысле – очень показательный город.

4. Последнее направление: искусство. Поскольку осталось мало времени, об этом подробно можно не говорить.

Мне бы хотелось сказать о другом – о технологиях. Ничего само не работает. Бренд, который можно сравнить с самородком, лежащим «у бабушки в комод», работать не будет. В чем дефект нашей культурной политики? Когда мы писали с Л.М. Немченко Концепцию развития культуры, мы сразу закладывали и PR, и рекламу, и маркетинг. Почему? Потому, что без информационного поля и события в этом информационном поле бренда быть не может.

Информирование важно. Мы часто говорим о нем, как о само собой разумеющейся вещи. Но вот пример: я зашел на сайт Екатеринбургского музея изобразительных искусств и обнаружил, что 1) сайт плохо работает, все время западает; 2) там нет фрагментов на английском языке. Если мы хотим, чтобы музей был известен за границей – это необходимо.

Мы говорили с А. Ф. Бадаевым, когда он занимал пост министра культуры Свердловской области, о том, что до сих пор не существует сайта, посвященного культуре Свердловской области, который был бы ориентирован на мировую общественность, а не только на местных жителей. В этом смысле, мы пока – глухая провинция.

## ДИСКУССИЯ

---

Итак, первое – это информационное поле, второе – событие в этом информационном поле. Пока мы не научимся создавать художественные события (во всех сферах, в том числе и в индустриальной сфере или сфере молодежной субкультуры, рок-музыки, спорта), у нас мало, что получится. Чемпионат мира по футболу – это событие. Нам с этим событием помогли, «подбросили» удачный вариант для «раскрутки», и я бы поблагодарил за это. Это не только деньги, которые «притекут». Чемпионат мира по футболу – это высший уровень мировой «попсы». Люди, которые приедут сюда, – «при деньгах», с определенными интересами. Они могут через год вернуться сюда, чтобы поближе познакомиться с городом, походить по музеям или познакомиться с красивыми уральскими девушками (тоже важный компонент нашего бренда).

**Путинцев М.А.:** У нас мало времени, перейдем к вопросам.

**Кириллов А.Д.** (*доктор исторических наук, профессор, директор Свердловского регионального общественного учреждения «Институт региональной политики»*): Я рад, что обратили внимание на историю города. Недавно Алексей Иванов в своем выступлении сказал: «А при чем тут «опорный край державы»? Старые заводы, Уралмаш. Это наш бренд...

Для города важно то, что связано с Б.Н. Ельциным. Екатеринбург – город, из которого вышел первый Президент РФ, форпост российской демократии, прорыв в новую государственность, к новой демократии. Уже есть улица Б.Н. Ельцина, строится Центр. Об этом почти не говорят, и зря... Создается такое впечатление, что мы стесняемся этих фактов. Последние выборы мера города показали, что у нас уже новый город, свободные люди...

Третье, о чем мы мало говорим: 11 марта был юбилей Уральского добровольческого танкового корпуса. Разгром фашизма – величайшая победа. Немцы признают: Урал победил Рур. Необходим музейный центр, посвященный вкладу Урала

в Победу. Мир это оценит. Мир не знает о границе «Европа-Азия», а это сможет оценить, если мы поднимем вопрос, о том, что именно наш город «сломав хребет» фашизму – чуме XX века. Но мы молчим об этом, отходим от истории, и поэтому проигрываем в брендинге города.

Я часто бываю в разных странах и вижу, что на зарубежных картах часто нет Екатеринбурга. Есть Москва, Санкт-Петербург, другие крупные города. Но не Екатеринбург.

Мне кажется, на этих трех моментах прежде всего нужно сосредоточиться, а потом уже все остальное. Театры, музыка, кино – все это очень интересно, но это есть везде. Того, о чем я говорю, больше нет нигде.

**Закс Л.А.:** Это – не дискуссионная реплика, я с этим согласен. На мой взгляд, в этом выступлении помимо темы истории, Анатолием Дмитриевичем высказана мысль об упускаемых порой возможностях. Я до сих пор переживаю, что мы упустили историческую возможность поставить монумент Эрнста Неизвестного в нашем городе... То же самое касается Б.Н. Ельцина. Он действительно – наш символический капитал. Его деятельность можно оценивать по-разному, но уже никогда не будет другого первого Президента демократической России. Скорее всего, больше не будет такой яркой и противоречивой (как Борис Годунов) личности, которая действительно может быть основой исторической мифологии города, региона, всей страны.

**Путинцев М.А.:** В общем, снова получается: много точек входа. Париж, Екатеринбург... В этом смысле мы не хуже.

**Закс Л.А.:** Нет, мы хуже. Мы просто этим пока плохо занимаемся. Например, недавно я был в Париже. Там проходили «Дни Парижа» (как у нас проходят «День Екатеринбурга»). Я посмотрел толстые газеты, которые рассказывали в этот день о том, что такое Париж сегодня. Париж не живет только прошлыми заслугами, он все время производит новое. Мы

## ДИСКУССИЯ

---

часто говорим: давайте с понедельника начнем... Но «с понедельника» – уже поздно. Я с надеждой смотрю на Корытина [*директор Екатеринбургского музея изобразительных искусств – ред.*], потому что он живой «практический» человек. Но нам нужно, чтобы Корытиных было много, и чтобы они работали каждый день. В этом вопросе не может быть перерывов. Мир движется вперед каждую секунду. А мы вспоминаем об этом лишь, все остальное время мы занимаемся чем-то другим...

**Путинцев М.А.:** Это вопрос, связанный с менталитетом, наверное, который крайне сложно изменяем. Спасибо Льву Абрамовичу.

**Путинцев М.А.:** Следующая выступающая – Ирина Яковлевна Мурзина, доктор культурологии, профессор, заведующая кафедрой культурологии Уральского государственного педагогического университета.

**Мурзина И.Я.** (*тема доклада: «Символическое «измерение» городского ландшафта»*): Коллеги, я попытаюсь быть лаконичной. Выделю только три аспекта, которые сегодня мне кажутся чрезвычайно значимыми. Когда речь идет о бренде, у меня возникает острое желание отказаться от любого другого слова, кроме слова «образ». Поэтому, первое, о чем я хотела бы сказать, – о том, как соотносятся слова «образ» и «бренд».

Второе – это то, что для меня тоже очень важно: насколько городской ландшафт способен продуцировать символические смыслы и насколько он символически измеряем.

Третье – попытка найти «визитную карточку» Екатеринбурга.

1. Брендинг и образ: вопрос о соотношении. Образ – это целостное представление о регионе, городе, своего рода модель реальности и одновременно способ ее переживания/воспроизведения с позиции аксиологии. Образ обладает качествами метафоры, вызывающей в сознании цепь ассоциаций, визуальных, акустических или сенсорных. Он многозначен и субъективно

окрашен. Слово «Урал» вызывает круг ассоциаций: цветовых (охристо-коричневый, темно-зеленый, серебристо-серый), зримых (трубы заводов), акустических (работа механических станков), сенсорных (пронизывающего ветра с запахом полыни и еловых шишек). Ряд можно продолжить... Образ – это то, что живет в сердце и является основой идентичности.

Бренд – это товарный знак, символизирующий комплекс информации о товаре, услуге, объекте. Определение, данное в Большой советской энциклопедии как нельзя более точно: «Бренд – это обозначение, помещаемое на товаре (или упаковке) промышленными и торговыми предприятиями для индивидуализации товара и его производителя (продавца)». Он однозначен. Его нельзя спутать ни с каким другим, его главная функция – выступать посредником в коммуникации «покупатель-продавец». Вопрос о бренде территории предполагает, что мы рассматриваем место собственной жизни как особую конвертируемую в инвестиции реальность.

Образ бескорыстен, бренд меркантилен. Но в ситуации потребительского общества образ выступает питательной средой для бренда. Не может быть узнаваемого бренда без укорененного в сознании людей образа. Более того, бренд, по сути, пустая форма, в которую «отливается» содержание образа.

2. Символическое «измерение» городского ландшафта: пространство, населенное смыслами культуры, воплощенными в конкретные формы и предметы. Семантически значимые визуальные образы сегодня «географизируются», закрепляясь в определенном физически протяженном пространстве. Сегодня актуальным является выявление круга образов-символов, находящихся в городском/региональном пространстве, которые входят в семантическое ядро, служащее объединяющим началом для жителей той или иной социальной общности.

Официальная символика и неформальные символы (учреждения, сооруже-

## ДИСКУССИЯ

---

ния, артефакты), в числе которых могут находиться, в том числе, и те человеческие типы, которые объединяют в себе характерные черты личности, воспитанной в определенных исторических условиях на данной территории, могут рассматриваться как репрезентации региона. Процесс символизации и обретения смыслов чрезвычайно важен для формирования идентичности и самосознания жителей, для обретения связи с собственной историей как связи с собственным прошлым и определения векторов будущего развития.

Пространство Екатеринбурга семантически структурировано и крайне не однородно: есть центр, наполненный смыслами и культурными кодами с высокой концентрацией учреждений образования и культуры, и периферия, скорее носитель бытовых и рекреационных смыслов (отсюда фразы, характерные для жителей, например, Химмаша или ЖБИ, «поехать в город», означающие поездку в центр). Соответственно и задачи стоят разноплановые: с одной стороны, выделить круг явлений, выступающих в качестве символов города, с другой, формировать этот круг, выходя за границы исторического центра.

Это и есть процесс формирования смыслозначимого образа, который может трансформироваться в бренд. В этом смысле Каменные палатки столь же значимы, как Белая башня.

3. Востребованность культурного наследия Екатеринбурга в процессе брендинга территории. Как известно, культурное наследие – часть материальной и духовной культуры, созданная прошлыми поколениями, выдержавшая испытание временем и передающаяся поколениям как нечто ценное и почитаемое. Реестр памятников культурного наследия города довольно пространственный, простое перечисление занимает много времени. Вопрос состоит не в списках, а в смыслах, которые воспроизводятся в сознании людей, в понимании ценности наследия для них самих. Понятно, что процесс рефлексии свойственен далеко не всем. И востребованность культурного наследия может

рассматриваться как процесс конструирования смыслов. Если в сознании закрепляются знаковые объекты, они и становятся основой для бренда. Уже неоднократно специалистами подчеркивалась значимость архитектуры авангарда для создания образа Свердловска-Екатеринбурга, но то, что творится с его охраной, свидетельствует ровно об обратном – неуважении, непонимании и прочих не...

В качестве курьеза: в завершившейся кампании по выборам главы Екатеринбурга и городской Думы одна из партий в качестве визуального знака использовала изображение здания цирка. О смыслах можно только догадываться, но «прочитывалось» это как «ну, и цирк у вас тут происходит». Вряд ли это входило в планы пиарщиков.

Другой пример: артефакты, хранящиеся в музеях и выступающие в качестве знаковых (Каслинский павильон, Шигирский идол – что еще?). Они могут выступать в качестве локальных символов. Суперпозиция, вероятно, связана с местами, где они хранятся – музеями как символическими местами, где история размыкается в современность. Потребность в актуализации культурного наследия в том числе и через СМИ.

Актуализация культурного наследия может происходить в процессе проведения акций, того что в PR называют event-технологиями. Однако это скорее перспектива, нежели наша реальность.

Весной 2013 г. мы провели опрос проводился среди студентов и магистрантов культурологов. Участники опроса (42 человека) были единодушны в выборе Большого Шигирского идола и Каслинского чугунного павильона. Мнения разделились, когда было предложено назвать еще несколько потенциальных «символов»: в зависимости от личных пристрастий назывались изделия камнерезов, представленные в Музее камнерезного и ювелирного искусства (вазы и горки), произведения Э. Неизвестного, открытие музея которого состоялось весной 2013 г., живописные

## ДИСКУССИЯ

работы А. Денисова-Уральского из коллекций Екатеринбургского музея изобразительных искусств и Объединенного музея писателей Урала. На вопрос «Знаете ли вы о коллекциях провинциальных музеев, экспонаты которых могли бы претендовать на символы региона?» было получено два ответа: пушка из Каменск-Уральского краеведческого музея и предметы лаковой росписи по металлу из Нижнетагильского музея горнозаводского дела.

4. «Визитные карточки» города: результаты опроса. В заключении приведу результаты опросов, посвященных визитной карточке города.

В проведенном с 275-летнему юбилею опросе о том, какое место в городе можно назвать его «визитной карточкой», 1/4 часть всех опрошенных назвала Плотинку; 1/8 площадь 1905 года и здание мэрии; среди ответов упоминались также здание Оперного театра, ансамбль Привокзальной площади, Каменные Палатки.

В 2000-х годах среди визуальных образов «визитных карточек» появились памятник Татищеву и де Генину и Храма-на-Крови.

Своего рода «визитками» города могут считаться образы, которые воспроизводит его дети. Так, конкурс «Я верю в мой город будущего – Екатеринбург ЭКСПО-2020» показал, что творческая фантазия детей, сколь бы безудержной она ни была, тесно связана с образами реального города (не случайно, на наш взгляд, появились на рисунках силуэты цирка, городской администрации, исторических зданий в стиле классицизм, Храма-на-Крови, конструктивистских комплексов). А тот факт, что большинство «образов будущего» ассоциируются с высотными зданиями и практически полным отсутствием свободного пространства и людей наводит на печальные размышления.

Вывод до неприличия банален: если мы хотим, чтобы наш город ассоциировался в сознании его жителей и гостей не только с «местом, где царя убили», то есть потребность в пропаганде тех культурных

ценностей, которые в городе сохраняются: через образовательные и культурно-просветительные программы, через СМИ и интернет, через event и edutainment.

**Путинцев М.А.:** Спасибо большое, есть ли вопросы?

**Губкин О.П.:** Если позволите, я бы хотел задать такой вопрос: если ЭКСПО–2020 все-таки будет проходить в Екатеринбурге, нам от этого бренда (так же как и Сочи от олимпиады) «не отмыться». И что мы будем делать дальше?

**Мурзина И.Я.:** Этот вопрос я могу с той же успешностью переадресовать вам, Олег Петрович. Я не знаю, хорошо это или плохо – ЭКСПО–2020. Точно также, как я не уверена, что хорошо или плохо любое из больших и малых событий. Весь вопрос в том, насколько мы осознаем, зачем нам это нужно. Если только для привлечения денег, тогда мы – «люди на продажу». Если для того, чтобы подчеркнуть собственную уникальность через собственное культурное наследие – тогда это имеет смысл.

Благодарю вас.

**Закс Л.А.:** Должен сказать, Ирина Яковлевна, что я не понимаю таких противопоставлений. Мне кажется, что они давно уже устарели. Это все равно, что противопоставлять образ и знак. Нас еще марксистско-ленинская эстетика научила, что в образе есть знак, а в знаке есть образ.

То же самое с Чемпионатом мира по футболу... Какая есть сила в сегодняшнем мире, которая может привлечь многих людей из разных стран в наш город? Здесь создается реальная возможность этого привлечения. Вы хотите нас испугать словами «на продажу», но я уже об этом говорил, что не вижу в этом ничего страшного.

То же самое с ЭКСПО–2020. Если ЭКСПО–2020 будет опять исключением – это будет плохо. Но если это будет началом выстраивания нормальной сети (а мы живем в сетевом мире), ЭКСПО 2020 может стать звеном сети, что позволит нам, наконец, перестать быть провинциальным городом.

**Губкин О.П.:** ...Я хотел бы под-

## ДИСКУССИЯ

---

держат вас в том, что культурное наследие города мы пропагандируем очень мало. У нас была программа по сохранению культурного наследия 2007-2009 гг. Нам удалось только за два года – в 2007 и 2008 что-то издать (серии «Стили в архитектуре Свердловской области», «Знаменитые памятники Свердловской области»). Больше такой программы, к сожалению, не было. Мы написали продолжение этой программы, но Министерство госимущества у нас ее даже не затребовало, несмотря на то, что Я.П. Силин давал такое поручение. Если будет что-то подобное, и на это будут выделяться деньги – безусловно, мы готовы такие вещи пропагандировать...

**Путинцев М.А.:** Продолжаем нашу дискуссию. Следующий спикер – Елена Валентиновна Штубова, кандидат искусствоведения, директор Музея архитектуры и дизайна.

**Штубова Е.В.** (тема доклада: «Памятники индустриальной культуры в исторической среде Екатеринбурга»):

Я постараюсь высказаться очень кратко, на конкретном примере попытаюсь порассуждать о том, что мы можем сделать для конструирования культурного ландшафта Екатеринбурга. Эта тема заявлена для сегодняшней дискуссии. Мне кажется, что говорить о культурном ландшафте вне исторического контекста нельзя. Так или иначе, многие выступающие сегодня об этом уже говорили. Я убеждена в том, что бренд нельзя создать искусственно. Это исторический процесс. То, что создается объективно, приобретает некоторую ценность (художественную, эстетическую, историческую) и становится брендом того или иного места или региона.

Если мы обратимся к истории Екатеринбурга, попытаемся осознать, что же все-таки представлял и представляет собой Екатеринбург, все согласятся: Екатеринбург, рожденный как город-завод, всегда, на протяжении веков, оставался прежде всего центром индустриального региона. Это было и в XVIII веке, когда Екатеринбург был центром горнозаводского Урала.

Это было и в XX веке. Памятники конструктивизма возникли не на пустом месте. Они возникли в столице гигантской Уральской области. Гигантской индустриальной области. Свердловск оставался индустриальным закрытым городом во второй половине XX века. Ситуация стала меняться только в постперестроечные времена. Все эти периоды индустриального развития оставили богатейший культурный пласт, прежде всего пласт материальной культуры. Индустриальной культуры.

Мне кажется, что позиционирование Екатеринбурга как места сосредоточения индустриальной культуры (в самом широком понимании этого понятия), это – один из вариантов, одна из возможностей позиционирования уникальности исторического и культурного пути Екатеринбурга и его наследия.

Мы в этом году делаем первый шаг к тому, чтобы позиционировать Екатеринбург именно с этой стороны. Мы восстанавливаем уникальную экспозицию крупногабаритной техники уральских заводов, которая будет расположена напротив [Екатеринбургского музея изобразительных искусств – ред.], на территории нашего музея архитектуры и дизайна УралГАХА. Эта экспозиция включает девять очень интересных экспонатов. Это станки, оборудование уральских заводов XIX–XX веков.

Мы вновь возвращаем городу памятник Петру I. Это будет уже третье рождение этого памятника. Исторически памятник, как вы помните, стоял на Плотинке, рядом с памятником Екатерины. Он был, к сожалению, утрачен. Но сохранился исторический постамент. В 1992 году благодаря усилиям нашей Архитектурно-художественной академии скульптор Г. Чехомов восстановил по историческим репродукциям и фотографиям бюст Петра I. Он был отлит на Каслинском заводе и на историческом же основании установлен в Петровском дворике. Я думаю, что вы помните, до начала реконструкции нашего комплекса, где была сосредоточена эта крупногабаритная техника и памятник

Петру I. Это было одно из культовых мест, мест притяжения, которое любили и горожане, и гости нашего города.

Мы должны отталкиваться от этого опыта и попытаться возродить те культурные исторические ценности (в данном случае я говорю о памятниках индустриальной культуры), которые есть сегодня в городе и которые нуждаются в реставрации, восстановлении, воссоздании. Таких мест, таких памятников у нас очень много.

Есть очень интересное место – плотина на реке Ольховка. Удивительный памятник нашего известного архитектора М. П. Малахова, построенный в 1824 году. Сегодня памятник федерального значения находится в совершенно запущенном состоянии. Это место тоже могло бы стать культовым, место, где действительно вспоминать нашу потрясающую историю.

Есть замечательное здание – здание заводууправления Верх-Исетского завода. Сегодня мало кто представляет, как оно выглядело. Это был потрясающий комплекс промышленной архитектуры, который соперничал по своему образу и своему значению с лучшими памятниками России высокого классицизма.

Этот список можно продолжать. Если мы говорим о XX веке – то это уникальное наследие конструктивизма, в том числе и промышленной архитектуры. Для многих символ конструктивизма – это прежде всего Белая башня Уралмаша. Это тоже наша индустриальная культура, наше индустриальное наследие. Мне очень приятно, что сейчас все-таки сдвигается «с мертвой точки» ситуация с восстановлением, с реконструкцией этого памятника. Этим сейчас занимается арх-группа, объединение молодых архитекторов «Подельники». Наш музей им активно помогает своими архивными материалами. Мы надеемся, что эта активная инициатива встретит поддержку города и области. Это тот памятник, который безусловно может стать одним из брендов нашего города.

С моей точки зрения, позиционирование Екатеринбурга как места с уникаль-

ным культурным наследием – это один из путей (я не говорю, что это единственный путь, по которому надо идти), который позволит по-новому сконструировать культурный ландшафт Екатеринбурга и позиционировать его не только на российском уровне, но и на международном. Это может быть только началом движения. Я считаю, что для Екатеринбурга, индустриальная культура и ее памятники – это то, от чего отталкивалось и исходило все остальное.

Великолепный Каслинский павильон, на фоне которого сегодня прозвучали замечательные выступления, – это то, что выросло из индустриальной культуры. Это – произведение каслинских мастеров. Сначала был Каслинский металлургический завод, а уже потом – каслинское художественное литье.

Поэтому давайте возвращаться к нашим истокам, к нашим историческим корням, к нашему культурному наследию. Все самое лучшее новое – это хорошо забытое старое. Спасибо.

**Путинцев М.А.:** Спасибо большое. Короткий вопрос. Тут уже вспоминали писателя Алексея Иванова. Он считает, что исторический архетип Екатеринбурга – завод. Город строился изначально как завод. И ключевая ценность – труд. Можно делать все, что угодно, но это не изменить. Екатеринбург не будет ни финансовой столицей, ни культурной, даже если попытается это провозгласить. Вы согласны с такой категоричной оценкой, или все-таки какие-то трансформации возможны?

**Штубова Е.В.:** Я думаю, что мы можем соглашаться и не соглашаться, но нужно объективно оценивать ту ситуацию, в которой сейчас находится Екатеринбург, то, что он сегодня собой представляет. Я считаю, что это архетип был характерен для Екатеринбурга и даже Свердловска «доперестроечного» времени. Сегодня я уже не могу жестко обозначить архетип Екатеринбурга. Даже тот стратегический план развития Екатеринбурга, который сегодня принят, предусматривает вынос всех промышленных зон из исторического цен-

## ДИСКУССИЯ

---

тра. Поэтому, можно ли говорить об этом архетипе для XXI века? Если говорить о том, что происходит сегодня, и том, что ожидает в будущем, то это будет гораздо более сложная конструкция.

**Путинцев М.А.:** Спасибо вам большое. Сейчас я должен передать слово Сергею Тушину. Много раз сегодня упоминали и Чемпионат мира по футболу и ЭКСПО–2020. Видимо, сейчас речь пойдет об этом.

**Тушин С.Г.** (тема доклада: «Масштабные проекты и их влияние на культурное развитие города»): Прежде всего, я хотел бы извиниться. Извиниться дважды. Во-первых, к моему огромному искреннему сожалению, я не услышал всей дискуссии, хотя я предварительно прочитал тезисы выступлений, которые были выставлены в сети Интернет. Я знакомился с этими тезисами, исходя из возможной пользы для себя как чиновника, как человека, который волею судеб работает в Администрации города и отвечает за организацию значимых общероссийских и международных мероприятий. Это – первое извинение.

Второе извинение – извинение на несколько сумбурный доклад. Но это свидетельствует скорее о моей горячности и желании быть полностью вовлеченным в дискуссию.

...Начну я с двух эпитафий. Один из них – стоит у меня за спиной [*Каслинский чугунный навильон – ред.*]. Речь идет в первую очередь о двух мероприятиях: 1) Первое, безусловно, ЭКСПО. Уникальный шанс для Екатеринбурга получить колоссальный импульс в развитии. За всю историю организации и проведения международных выставок с середины XIX века ни разу ни в царской, ни в советской, ни в новой России выставки ЭКСПО не проводились в России. Единственная попытка была в начале 2000-х годов, когда мэр Москвы Ю.М. Лужков продвигал кандидатуру столицы. Но Москва проиграла по той причине, что эта была заявка исключительно города Москвы со всеми ее полно-

мочиями и ресурсами, а не заявка Российской Федерации. Сегодня у Екатеринбурга шансов несколько больше, в первую очередь потому, что это заявка не столько города Екатеринбурга, сколько заявка, с которой выступает Российская Федерация в целом. ... В городе Екатеринбурге прошли сложные конкурентные выборы, в которых победил Е. Ройзман. Возможно, это не всем нравится, но это факт. Это повысило шансы Екатеринбурга, воспринимаемого как город со свободными демократическими подходами и принципами.

Вторая позиция – некий элемент, некий штрих в корректировке имиджа и бренда Екатеринбурга. Мне кажется, неправильно говорить только о брендинге. Нужно говорить о трех составляющих – репутация, имидж и бренд и о том, как значимые международные мероприятия влияют на эту репутацию, этот имидж и этот бренд.

Чемпионат мира по футболу в 2018 году Екатеринбург уже получил. В следующем году в Екатеринбурге будет проходить Чемпионат мира по спортивному программированию. Локальное мероприятие, но чрезвычайно важное. Порядка 1500 потенциальных (а может быть уже и фактических) Стивов Джобсов и Биллов Гейтсов приезжает сюда. В ноябре следующего года у нас будет проходить Чемпионат Европы по парикмахерскому искусству (как это не комично звучит, но это – важная, значимая вещь). Жемчужина всего этого – это организация и возможное проведение выставки ЭКСПО–2020.

Второй эпитафий – город Сочи. Это образец того, насколько может корректироваться и репутация, и имидж, и бренд города, который всегда традиционно воспринимался как город-курорт, курортная столица Советского Союза.

Если проанализировать данные СМИ и сети Интернет, получается, что на сегодняшний день город Сочи никем не воспринимается как курортная столица. Сегодня город Сочи воспринимается как центр олимпийского движения, как центр,

## ДИСКУССИЯ

---

где построено все, что только может быть построено для проведения Олимпийских игр. Это – один из немногих примеров того, как действие власти вопреки действиям городского сообщества и действию бизнеса, способно достаточно радикально скорректировать и репутацию, и имидж, и бренд того или иного муниципального образования.

Я бы хотел сказать огромное спасибо тем, кто разместил тезисы своих выступлений в сети Интернет, потому, что я имел возможность с ними познакомиться. Мне было очень приятно. Главная претензия, которую я не скрываю, и даже хотел высказать присутствующим. Претензия состояла в том, что у меня складывалось и до сих пор в полной мере не исчезло глубочайшее убеждение, что по-настоящему корректировкой и формирования имиджа, репутации и бренда заняты в первую очередь органы власти...

Познакомившись с тезисами на сайте, и видя сейчас в зале заинтересованные взгляды, я хочу сказать, что власть в данном случае не одинока, и это чрезвычайно радует. Моя логика, которую я своим коллегам в Администрации города и области, доносил и доношу, исходит из того, что успешность реализации любых проектов – экономических, культурных, имиджевых, репутационных – возможна только в том случае, если три ключевых субъекта, которые определяют текущее и стратегическое развитие города, – власть (я ее ставлю на первое место), бизнес и активное городское сообщество объединяются в той или иной пропорции, в той или иной конфигурации. Только в этих случаях возможна реализация достижения чего бы то ни было успешного.

Говоря об успехах. В моем представлении, в новейшей истории Екатеринбурга есть один успешный пример того, как инициированная властью корректировка имиджа и бренда оказалась в достаточной степени успешной. В данном случае я говорю о «переносе» границы Европа-Азия. Напоминаю, что образ Екатерин-

бурга, который воспринимался и внутри Российской Федерации, и тем более за рубежом, в начале 1990-х был по меньшей мере уныл. Это центр, Уралмаш (и организованное преступное сообщество «Уралмаш»), это место, где убили царя. Место, откуда Б. Н. Ельцын. Эти репутационные, имиджевые, брендинговые составляющие, которые характеризовали город. Дальше процессы пошли по разным направлениям. Одно из направлений – эта стратегический план развития города, который предполагал очень серьезную диверсификацию. Мы в муниципалитете воспринимаем очень серьезно. Это может нравиться, может не нравится, но город перестает быть заводом. Он становится торговым и логистическим центром. Во-первых, диверсификация образа, во-вторых, диверсификация экономики, которое обеспечивает стабильность. Завтра наступит кризис, моногорода погибнут, а мы выживем именно благодаря тому, что мы диверсифицированы.

Ключевая мысль, к которой я хочу все свести, нас заинтересовало, какую составляющую города Екатеринбурга мы можем скорректировать, чтобы обеспечить внимание, упоминаемость, привлекать. В этой связи мы обратились к ученым. Власть выступала в качестве главной, иницирующей силы. Во вторую очередь – ученые (историки и географы). В третью очередь – бизнес в области туризма. Мы «скорректировали» границу Европа-Азия. Конечно, мы ее не «корректировали», мы ее провели в соответствии с географическими требованиями (по вершинам, водостокам и т.д.) и убедились, что граница Европа-Азия по крайней мере в двух местах проходит через муниципальное образование «город Екатеринбург». Один раз – в районе Горного Щита, и еще один – в районе Московского тракта. Это обстоятельство дало основание для развертывания масштабной кампании (информационной, политической и др.) для корректировки представления о городе Екатеринбурге как о городе на границе Европы и Азии. Сегодня это представление уже является

## ДИСКУССИЯ

---

неотъемлемой частью города Екатеринбург. Это – успешный пример. Успешный с точки зрения эффективности достижения цели.

Следующая позиция, которую я хотел обозначить, касается роли масштабных международных мероприятий. Насколько эти мероприятия можно использовать? Насколько этот процесс взаимосвязанный? Например, у Гамбурга на сегодняшний день есть бренд – это город выставки. Хотя жизнь этого города одним проведением выставки не исчерпывается. Наша идеология и наша философия исходит из стратегического понимания диверсификации. ...Часть мероприятий носит политический характер (в частности, саммит Россия-Казахстан, который мы ждем 11 ноября), часть мероприятий носит экономический характер (например, Всемирная универсальная выставка), часть – спортивный характер (Чемпионат мира по футболу).

В завершении выступлю в качестве некоего раздражителя. Я хочу сказать: мне это не нравится, я считаю, что это не правильно. Но это – данность. На протяжении последних лет – новейшего времени в истории России, Свердловской области и Екатеринбурга – надо признать и зафиксировать, что основным генератором и локомотивом и в формировании, и в корректировке имиджа, репутации, бренда всегда выступает власть. Можно ли это изменить? Не знаю. Мне кажется, что роль научного сообщества и городского сообщества в данном случае недопустимо мала. Это происходит не только и не столько из-за того, что представители власти не допускают кого-то куда-то или монополизируют эту сферу, а именно в силу неких патерналистских настроений, которые имеют место быть по крайней мере в городском сообществе.

Значит ли это, что нет примеров позитивных? Коллеги, которые разрабатывали в частности «красную линию» – это проект, который был инициирован и реализован большей частью общественностью. Скоро будет обсуждение проекта

«Стенография». Но если говорить стратегически, как мне кажется роль и значение городского сообщества, а потом уже научного – непозволительно мала. Ее доля на этом «рынке» безусловно должна быть увеличена.

**Путинцев М.А.:** Пожалуйста, вопросы.

**Немченко Л.М.:** У меня такой вопрос: необходимые и достаточные условия, для того чтобы проект стал масштабным в развитии города, по вашему представлению?

И второе: вы упоминали большое количество действительно замечательных масштабных проектов, но среди них не было ни одного проекта, который бы был так или иначе связан с художественной сферой. Это случайно, потому что нет времени все перечислять, или это позиция?

**Тушин С.Г.:** Я объясню. Неупоминание культурных событий мной – не от желания принизить их значение. Культурные события – это обязательная составляющая. Например, город Вроцлав в Польше был признан культурной столицей Европы (победил в ежегодном соревновании) и в то же время завоевал право проведения Чемпионата Европы по футболу. Я не упоминал культурные события потому, что не считаю себя вполне компетентным, чтобы «играть на вашем поле».

Теперь, что касается масштабности. Представьте человека за столом с большим количеством еды. Где границы между состоянием «еще не доел» и «уже переел»? Это граница – достаточно условна. Масштабность не носит универсального всеобъемлющего характера. Она может быть для очень небольшой аудитории, но значимой (например, академиков). Это может быть мероприятие для 50-100 человек, но значение его может быть огромным. Масштабным может быть День города, которое охватывает 500-600 тысяч человек, но это – масштабность другого уровня. Я возьму на себя смелость сказать, международный характер – это некий условный уровень масштабности мероприятия. Но

эту характеристику не нужно абсолютизировать. Стенография, например – тоже международное мероприятие. Каждый год приезжают 3-4 иностранных гостя, которые в своей сфере являются корифеями.

**Кропотов С.Л.:** Ключевое слово в вашем выступлении – диверсификация. А можно ли диверсифицировать Глобальный разум? Сеть всемирных выставок – это тоже проявление Глобального разума. Готовы ли вы обсуждать этот вопрос?

**Тушин С.Г.:** Это понятие хорошо тем, что дает возможность каждому человеку увидеть и прочитать «свое». И у меня было свое прочтение, и у других организаторов – свое. Это создает более широкое поле для той же самой диверсификации.

**Вопрос из зала:** Вы говорили о малой роли городского сообщества в решении проблем брендинга, а не кажется ли вам, что городская власть сама незаконно ущемляет права жителей и городского сообщества, в частности, не прислушиваясь к их мнению, по сохранению объектов культурного наследия и к их мнению о других публичных мероприятиях.

**Тушин С.Г.:** Безусловно, городская власть должна в большей степени прислушиваться к мнению городского сообщества в целом и его отдельных групп. С другой стороны – нельзя абсолютизировать этот подход. Это неправильно, когда вы экстраполируете свое личное восприятие и восприятие нескольких человек, с которыми общаетесь, на мнение всего городского сообщества. Это тоже не корректно. Везде нужно находить золотую середину.

**Вопрос из зала:** Скажите, пожалуйста, сколько объектов культурного наследия, находящихся в муниципальной собственности, находится в удручающем состоянии? И где можно ознакомиться с конкретными шагами, которые предпринимаются Администрацией для решения.

**Тушин С.Г.:** Я должен сказать, что, к огромному сожалению, большая часть объектов культурного наследия, находящихся в ненадлежащем состоянии, находятся не в муниципальном, и даже не в ре-

гиональном, а ведении федеральном. Это действительно огромная проблема. Самый яркий, показательный и болезненный пример – здание больницы скорой помощи в Зеленой Роще, которое находится в ведении Министерства обороны, и которое на протяжении целого ряда лет не занимается. Здание разрушается физически.

...Мне очень приятно, что вопросы здесь (в том числе и ваш вопрос, и предыдущий вопрос) показывают, что город Екатеринбург – это город неравнодушных людей. Можно по-разному этот факт оценивать, но видно, что город неравнодушных, активных жителей – это именно то, что обуславливает развитие города и обеспечивает его приоритет по абсолютному большинству показателей (экономических, социальных) по сравнению с другими городами. Спасибо.

**Путинцев М.А.:** В заключении первой части нашей дискуссии – Никита Корытин, директор Екатеринбургского музея изобразительных искусств.

**Корытин Н.Н.:** Вместо темы заявленного выступления («Музей как ресурс брендинга территории») мне все-таки придется подвести краткие итоги нашей встречи, потому что без этого тоже обойтись нельзя. А времени осталось мало.

Меня тоже несколько удручает ситуация, что первый вопрос, который сегодня прозвучал в выступлении заместителя министра культуры Свердловской области О.П. Губкина, связан с тем, что основные гостевые маршруты в нашем городе – это Храм-на-Крови, Ганина Яма, затем (возможно) – граница Европа-Азия. Это действительно так, таковы реалии. Но это не гравитация, с этим можно бороться. Меня такое положение дел не устраивает. Мне бы хотелось, чтобы ключевые «гостевые» позиции включали в себя другие знаковые объекты.

Мне кажется, что это в наших с вами силах... Сейчас представитель городской Администрации сказал, что именно власть принимает решения и от нее исходят инициативы. Но, на мой взгляд, тем,

## ДИСКУССИЯ

---

что мы здесь делаем, мы все-таки можем изменить ситуацию. Давайте будем собираться чаще, давайте превратим эти встречи в лабораторию. Мы можем попробовать давать рекомендации власти... Если мы будем предлагать разумные вещи, наверное власть в состоянии скорректировать свои планы и принять решения, которые так или иначе будут отражать наши рекомендации.

Мне кажется, что в таком общении не нужно ограничиваться только словами. Я регулярно (раз в полгода точно) вижу в Facebook и на новостных лентах, что проходит обсуждение этих вопросов. На этих обсуждениях присутствуют политологи, маркетологи... Но музейщиков там нет. Точнее, там есть Алиса Прудникова [*директор Уральского филиала Государственного центра современного искусства – ред.*], но, как правило, других представителей культурного сообщества там нет. Не создается документов, по которым можно было бы ориентироваться. ... Мне кажется, что нас всех беспокоят и очень простые «земные» вещи. Давайте сделаем список объектов (пусть это будет список по гамбургскому счету), по которому мы сможем судить, что мы показываем нашим гостям. Каслинский павильон. Должен ли он быть в этом списке? Может ли он быть первым, или вторым, или третьим? Башня Рейшера. Заправка Лукойл полностью ее уничтожит. Является ли она визуальным интересным объектом сегодня?

Мы в состоянии экспертным сообществом эти вещи обсудить и создать список. Чтобы мы сами, власти города, какие-то другие заинтересованные лица понимали, что должно быть изображено на наградах, медалях, сувенирах и прочей символической продукции, представляющей наш город.

Это нужно обсуждать и не в одноактном режиме. Нужно, чтобы это происходило достаточно регулярно. Только тогда мы получим какой-то результат, с помощью которого сможем влиять на эти решения. Сегодня здесь присутствуют лю-

ди, которые сами могли бы стать спикерами. Выступлениями, которые прозвучали и прозвучат сегодня, мнения не исчерпываются.

Есть интересные вещи и решения, о которых мы не предполагаем и не знаем. Есть очевидные вещи – для меня и для многих других. Для меня очевидно, что объект, который находится за моей спиной, – фактически самый удобный для продвижения города и региона в целом. Он интересен визуально, отражает нашу идентичность, которая связана с нашей индустриальной историей. Он находится в центре города – его удобно показывать. Это проще, чем ехать на Уралмаш, например. При всем уважении к наследию далеких предков, Шигирский идол, несмотря на всю свою интересность, этого дать не может. Он никак не связан с нашей сегодняшней идентичностью...

У меня предложение к властям города. Нужен какой-то туристический маршрут по индустриальному наследию. Маршрут, который мог бы объединить несколько точек в области, несколько точек в городе во что-то единое, что действительно будет выступать носителем комплексного представления о городе и регионе. Это предложение должно «спуститься» сверху, возможно, после консультаций представителей власти с каким-то экспертным сообществом. Я не буду повторять, об этом уже очень много писали, наш город уникален тем, как он был построен и для чего он был построен. Почему он стал столицей «хребта России»? Индустриальность – главный смысл, который мы все несем, когда говорим о своей родине, о месте, где мы находимся.

Главное, чтобы наше общение не прошло «впустую», чтобы оно закончилось какой-то материальной фиксацией. Мы это намерены сделать.

**Предложение из зала:** Если вы оформите итоги нашей встречи в какой-то документ, я готов это напечатать каким-то ограниченным тиражом. И проект о наследии – списке исторических памятников –

## ДИСКУССИЯ

---

мы тоже готовы издать. Пусть ограниченный, но чтобы это было и можно было поддержать в руке.

**Корытин Н.Н.:** Замечательно. Я – за, так как я сторонник практических действий. Я бы хотел говорить о музее, но воздержусь, так как это были бы достаточно общие вещи. Главный посыл, который я выражу от лица организаторов: нужно, чтобы это все не осталось просто акустикой в этом большом холодном зале. Если есть вопросы и предложения, об этом можно будет поговорить.

**Кропотов С.Л.:** В июле во время объезда Орджоникидзевского района, мы с Татьяной Львовной [*Ярошевской, начальник управления культуры Администрации Екатеринбурга – ред.*] представляли культурно-образовательный проект «Индустриальная цивилизация». Может быть, пора взяться и представить этот проект общественности? Визуализация есть, содержание есть... Давайте вернемся к этому.

**Путинцев М.А.:** Зафиксировано. Спасибо.

**Щеглов Руслан:** Я хочу сказать о том, что проект «Железное кольцо России» существует в двух вариантах: по индустриальным памятникам Пермской и Свердловской областей и по Свердловской области (три года назад проект разрабатывался Уральской туристической гильдией). Все есть, но этот проект никому не нужен.

**Корытин Н.Н.:** На самом деле все это никому не нужно, кроме нас с вами. У нас нет въездного туризма. И стихийно это не разовьется.

**Щеглов Руслан:** Еще одно замечание. У нас нет плана PR. У нас нет плана, что мы пиарим, а потому нет плана, как мы пиарим.

**Корытин Н.Н.:** Вот я и предлагаю, с этим планом определиться.

### ЧАСТЬ 2. «Edutainment: pro et contra»

**Глазырин А.В.:** Мы сейчас будем говорить о культурных проектах как конкретных проявлениях, а также их возможностях для формирования среды и образа города.

Хочу сделать несколько вводных замечаний, поскольку все мы были участниками предыдущей дискуссии. Я очень удивлен тому, что при формулировке возможностей культуры, культурного наследия и культурных проектов как основы территориального брендинга никто не задумывается о целях этой бурной деятельности...

Вопрос целеполагания меня «посетил», когда я гулял по итальянским церквям и наблюдал толпы туристов (с экскурсоводами и без). Я проходил по истертым мраморным мемориальным плитам, положенным в средние века, в эпоху Возрождения. Эти плиты вытерлись не во все предыдущие столетия, а уже в XX-XXI вв. этими самими толпами туристов. Я думаю, что когда мы говорим о масштабных проектах и культурном наследии, все-таки нужно понимать: мы хотим его сохранить; мы хотим популяризировать его для тех, кто здесь живет; сделать этот город и этот край удобным, комфортным и прекрасным для проживания тех, кто здесь сейчас живет? Или мы хотим привлечь миллионы и миллионы туристов ...

Я, например, тоже не являюсь болельщиком футбола, но я не хочу проведения Чемпионата мира по футболу не из-за этого. Я не люблю фанатов. Я не хочу, чтобы они истоптали центр города и разнесли неподготовленный с точки зрения инфраструктуры город в клочья...

В качестве еще одного вводного замечания – я соглашусь с Сергеем Геннадьевичем. Власть – единственный активный игрок на этом поле. Научное сообщество и гражданское сообщество не слишком активны. Насколько хорошо действует власть на этом поле – тоже большой вопрос. Власть инициирует свои проекты, ими гордится. Потом они вступают в противоречие с другими проектами. Ситуацию, когда власть «бьет по рукам» гражданскому сообществу и его инициативам, все мы испытали, например, когда осенью в лужах топтались на Площади 1905 года на митинге против сноса здания Пассажа.

## ДИСКУССИЯ

---

Потоптались (мне кажется, там были все, кто сидит здесь сейчас). Было холодно, сыро и мокро... Но теперь мы имеем то, что имеем. Одну стену оставили, но лучше бы этого не делали...

Вот и туризмом сейчас власть тоже занялась. Готовьтесь, что называется «по полной программе». Есть целевая программа развития туризма. Центр развития туризма Свердловской области пригласили возглавить московского специалиста, который считает, что никакого потенциала у Екатеринбурга как туристического центра нет. Есть только потенциал большого бренда «Большой Урал».

Я могу сказать одно: я верю в то, что когда-нибудь культурное наследие Екатеринбурга будет востребовано, и появятся какие-то большие, чем обсуждаемые в узкой аудитории, символы и образ. Только тогда, когда действительно появится инициатива среди простых людей. Кто-то будет посвящать этому свою жизнь. Именно на таких инициативах что-то будет появляться. Потому что даже те коллекции, которыми мы гордимся, они были во многом сделаны силами сподвижников из УОЛЕ. Культура вообще движется подвижниками. Те проекты, которые сегодня здесь будут представлены (или не представлены), теми людьми, которые здесь сидят, – это всегда чья-то инициатива. И чаще всего не коммерческая, а порыв души.

Немченко Лилия Михайловна. Ее проекты – это всегда проекты человека неравнодушного и настроенного в первую очередь не на коммерческий успех, а на продвижение культурных проектов.

...В сессии «Edutainment: pro et contra» я хочу предоставить первое слово Леониду Юрьевичу Салмину, кандидату искусствоведения, профессору кафедры графического дизайна Уральской государственной архитектурно-художественной академии и издателя журнала «PLATINUM».

**Салмин Л.Ю.** (тема доклада: «Екатеринбургский конструктивизм: не-

обходимо искусственное дыхание»):

Я буду говорить только об одном из ресурсов расширения и конструирования культурного пространства Екатеринбурга – о конструктивизме.

Дело в том, что мы имеем действительно огромное конструктивистское наследие. У нас более 140 памятников с разным документальным статусом. Тезисы выступления я озаглавил: «Екатеринбургский конструктивизм: необходимо искусственное дыхание». Мне пришла в голову такая медицинская метафора. И пришла она не случайно, потому что, на мой взгляд, происходит некое «опаздывание» по части охранительной работы с конструктивизмом. «Опаздывание» это заключается в том, что мы психологическую «точку невозврата» в отношении конструктивизма уже прошли. На мой взгляд, эта «точка невозврата» связана не с собственно чисто конструктивистской постройкой, а с протоконструктивистской – с Пассажем, исчезнувшим сейчас. Он сейчас был упомянут. Возле Пассажа «топталось» равнодушное сообщество. После сноса Пассажа стало ясно, что такие сооружения («большие», с историей, со статусом, с именами архитекторов, а Пассаж проектировал К. Т. Бабыкин) можно сносить. Можно снести, и никаких последствий не будет. Ничто, как кажется, в культурном климате города особо не меняется.

У нас таких объектов еще почти полторы сотни и все они расположены (в силу исторических причин) на «сладких местах» для девелоперского сообщества, для риелторов, застройщиков, инвесторов.

Эта ситуация не уникальна. Мы неоднократно общались с немецкими коллегами по поводу их опыта работы с наследием Баухауз в Берлине, Потсдаме. Они говорят о том же, что и мы. Баухауз, как и наш конструктивизм, это очень специфическое явление в архитектуре, в культуре. Художественная, эстетическая его ценность понятна очень специальной, подготовленной публике. Ситуация и у нас, и в Германии одна и та же. Ни власти, ни ши-

роким кругам населения, ни бизнес-сообществу эта сторона непонятна. Почему это нужно сохранять, зачем это нужно сохранять – не понятно. Понятно профессиональному сообществу.

Что происходит сейчас? Какова охранительная риторика? Это риторика аутентичного сохранения. Борьба за то, чтобы ничего не было изменено. Борьба – словесная, потому что если мы посмотрим на любой конструктивистский объект – все потеряно, оригинальные детали не сохранились. Если мы посмотрим на Городок чекистов, мы увидим там весь «ассортимент» оконных конструкций, которые сейчас производятся. Они пришли на замену «родным» конструкциям.

Получается, что вся эта работа (исследовательская, а потом и издательская) – это что-то вроде работы патологоанатома (медицинская метафора). Тщательное перечисление того, что «вскрытие показало», чем покойник болел, чем он был хорош. Если мы хотим, чтобы конструктивизм стал ресурсом расширения культурного пространства, этот «патологоанатомический» подход не годится... Опубликованы тома, посвященные конструктивизму, выходят книги. Но это, скорее, «надгробные» речи. Дальше (по логике) должны придти специалисты по бальзамированию... Но специалисты по бальзамированию не пройдут, потому что на их пути стоит девелоперское сообщество с гораздо более внятным интересами, чем сохранение «архитектурных мумий» на «сладких» для развития города местах.

Поэтому нужен новый подход – реанимационный. Работать должны «реаниматологи». Что делают, когда не слышно биение сердца, не прощупывается пульс? Нужно делать искусственное дыхание. То есть вдувание некоего искусственного содержания, потому что, как здесь уже неоднократно упоминалось, екатеринбургский конструктивизм всецело связан с индустриальной историей, с этой моделью восприятия города. С той «уральской матрицей», которую популяризировал писа-

тель Алексей Иванов. Я с большим почтением к нему отношусь, но тут я готов поспорить. Екатеринбург – это не только «уральская матрица». Тут есть много разных матриц (голландская, шотландская). И все это можно проследить. Но так получилось, что артикулирована только эта трудовая матрица, матрица подневольного труда, матрица города, работающего на войну. Город для этого и создавался. Действительно, это – сидящий в городе ген. Но этот ген исчерпан в своей функциональности. Он продолжает работать чисто мифологически. Это важная мифология, но этим нельзя долго жить.

Получается, что рассказывать о конструктивизме только как о некоем изолированном явлении – значит способствовать его скорейшему исчезновению. Что хочет молодой житель Екатеринбурга (которому сегодня 20 лет)? Он хочет забыть напрочь эту тяжелую, неприятную историю индустриального города и все, что о ней свидетельствует. Дома, которые сопровождали эту индустриальную историю, – это знаки, которые для такого сознания дискомфортны. Они должны исчезнуть.

Поэтому нужны какие-то другие дискурсы по поводу конструктивизма. Более широкие исторически. Сегодня неоднократно упоминали Париж. Но как складывалась большая ось Парижа? А. Ленотр начал 400 лет назад. Далее – Площадь Согласия и Елисейские поля – еще прошло сто лет. Потом – реконструкция бароном Османом. А уже потом Ф. Миттеран на наших глазах это завершил Большой аркой Дефанс. Вот из чего складывается имидж.

В Екатеринбурге тоже есть Большая ось. Только ее никто не артикулировал. У нас есть главная ось Уралмаша, но она не пробита. Там сейчас промтерритория Уралмаша и сады... А ось эта как раз проходит в сердце Екатеринбурга – на площадь перед бывшим Екатеринбургским собором. Это сценарии, которые выходят за пределы возраста жизни города.

Во время последней встречи с профессором Шустером в июне шла речь о

## ДИСКУССИЯ

---

Баухауз, о смысле самого слова. Баухауз – по сути это временки, строительные домики, в которых жили строители Храма. Но они жили очень долго. Если Храм строился 400 лет, столько лет и жили. Конструктивизм, не вписанный в непрерывность обречен. Не в 300-летнюю непрерывность этого города, в гораздо большую непрерывность, в гораздо более длинную историю, И если мы этого «вписывания» сами производить не будем, ни власть, ни бизнес, ни население его не произведет. Население конструктивизм не знает. У населения – когнитивный диссонанс. Оно не понимает, почему дома с отсутствием декора старше, чем сталинская неоклассика. Все должно быть наоборот – древнее красивое, а современное – некрасивое и без декора.

Это один из нюансов активизации этого ресурса. Есть еще много чего, но если мы не делаем широкого конструктивистского текста в этом городе (именно градостроительного, не каталога конструктивистских объектов), то ничего и не произойдет.

**Глазырин А.В.:** Спасибо, Леонид Юрьевич! У меня есть вопрос. Если конструктивизм нужно вписывать в какой-то другой текст... Его нужно популяризировать или не нужно? Смотреть, как сносят, или... Движущая мысль осталась для меня неясной.

**Салмин Л.Ю.:** Если мы сейчас начнем просвещать население о том, почему конструктивизм – это хорошая архитектура, мы обречены...

**Глазырин А.В.:** А есть ли возможность как-то залегитимировать то, что мы обладаем уникальным потенциалом. Мне это как-то удается. Когда я привожу московских гостей, провожу через проспект Ленина – от начала до конца, рассказываю, машу руками, и им потом нравится. Может быть, есть какой-то потенциал? Если не рассказывать, все будет снесено...

**Салмин Л.Ю.:** Московские гости – это не показатель. Им все равно, оно еще есть или оно исчезнет. Не все равно только нам. Мне бы хотелось, чтобы большая

часть этих зданий все-таки сохранилось. Возможно, я выскажу крамольную мысль, и люди, стоящие на позиции жесткой охраны, могут меня осудить... Но мой взгляд, нет иного шанса сохранить конструктивизм, кроме ревитализационных (а не реставрационных) проектов. Почему я сказал об искусственном дыхании? Туда надо «вдуть» новую жизнь. Все, что там было, умерло. В Городке чекистов давно живут не чекисты. Там на четверть – вообще маргинальный контингент. Я сам там живу, поэтому я знаю, о чем говорю. Ревитализационные проекты требуют смены риторики.

**Кропотов С.Л.:** Леонид Юрьевич, я всегда с вами соглашаюсь... Но все-таки. Есть возможность взглянуть на конструктивизм с точки зрения того, как, являясь частью авангарда, он произвел революцию быта в 1920-1930-е годы. «Высоцкий» – одна из реализованных идей проекта Дома промышленности. Там должно было быть самое высокое здание. И вот, спустя 80 лет, эта идея осуществилась. Может быть, действительно начать другой уровень рассказа о конструктивизме. Гостям города мы о конструктивизме рассказываем, водим по городу, размахиваем руками... Но можно ли перевести это на уровень местной притчи? Конструктивизм оказался вездесущим, проникающим во все «поры» жизни, в том числе современного молодого человека?..

**Салмин Л.Ю.:** То, что касается «бытового переворота»... Вопрос в том, какие способы «вписывания» конструктивизма в контекст окажутся более эффективными, будут действовать более быстро? Пока мы думаем, как разворачивать конструктивистский текст (не архитектурный, а более широкий), экскаваторы уже подогнаны к зданиям. Эти здания могут просто исчезнуть. Эта задача, скорее не стратегическая, а тактическая – выиграть время. На чем мы сможем выиграть время? Я думаю, что в этом случае, все средства хороши. Мы можем говорить о революции в моделях быта... Я задумался о том, что есть

## ДИСКУССИЯ

---

много «родственного» между конструктивизмом и барокко. При всей непохожести, и то и другое – архитектура иллюзий. Здание, стоящее напротив нас, «Высоцкий» – тоже архитектура иллюзий. Хотя оно из металлоконструкций... В этом смысле, разговор об иллюзиях был бы хорош. Тут любые разговоры хороши, плохо только молчание.

**Глазырин А.В.:** Мне в голову приходит как минимум два варианта представления конструктивизма: либо Екатеринбург как город воплощенного авангарда, либо «мечта Т. Кампанеллы сбылась в Екатеринбурге». Пожалуйста, разные масштабы исторического «вписания».

**Кропотов С.Л.:** В Тель-Авиве были проблемы с Баухауз... Четыре тысячи объектов, спасать бесполезно. А девелоперы – во всех странах девелоперы. Они позвали экспертов, которые написали качественную статью в «New York Times», провели выставку. Потом местные девелоперы начали «чесать репу», и хотя и с недопустимыми извращениями (как сказал Шустер), но все-таки стали ценить эти вещи, вкладывать деньги, сохранять. Может быть, сделать такую «многоходовку», потому что сейчас это направление «в тренде». Есть возможность обрести репутацию, в том числе за рубежом.

**Салмин Л.Ю.:** У меня эта мысль была, но я постеснялся ее высказать... То, что пришло «рикошетом» из-за рубежа, работает гораздо эффективнее. Поэтому я бы даже не стеснялся пользоваться термином «русский Баухауз», если это может помочь...

**Штубова Е.В.:** Небольшое замечание о том, как вписать конструктивизм в современный контекст. При поддержке Управления культуры мы издали неплохой альбом «Екатеринбург. Наследие конструктивизма». В этот альбом мы сознательно включили раздел, посвященный современной архитектуре. Той архитектуре, в которой, с нашей точки зрения, можно увидеть хотя бы какие-то следы обращения к традициям конструктивизма. Это,

наверное, не неоконструктивизм в чистом виде, не постконструктивизм. Но в этих проектах архитекторы по крайней мере «питались» традициями конструктивизма. Мне кажется, что это один из путей вписания конструктивистского наследия в современный контекст: проводить конкурсы, ставить задачи перед архитекторами обращаться к этому наследию, трансформировать его в современной архитектуре. Это, наверное, будет работать на современном архитектурном поле.

**Глазырин А.В.:** ..Вопрос, что делать с конструктивистским наследием Екатеринбурга. С моей точки зрения, каталогизация – не худший путь и одна из необходимых вещей.

**Реплика за зала:** Все уже каталогизировано давно.

**Глазырин А.В.:** Тогда нужно донести это до... Сергея Геннадьевича, только что ушедшего. Пусть он его выучит наизусть и охраняет.

**Кропотов С.Л.:** Нужна актуализация.

**Глазырин А.В.:** Согласен. Сергей Леонидович прав. Нужна актуализация.

...Мы двигаемся дальше. Следующий спикер – Эдуард Александрович Кубенский, генеральный директор издательства TATLIN. Выступление про городские интервенции.

**Кубенский Э.А.:** Я, наверное, единственный, кто будет показывать картинку, потому что я не теоретик, а практик. Может быть, я не совсем правильно понял тему. Я хотел рассказать о себе. Это мой опыт освоения городского пространства. Освоение этого пространства неформальное. Форма для меня в данном случае вторична. Первично изменение сознания зрителя или заказчика, с которым я работаю. Это первый проект 1996 года в городе Первоуральске, когда я работал в одной из архитектурных фирм. Нас попросили сделать входную группу, и мы долго предлагали разные решения. В конечном итоге, все это надоело, стало скучно. Вот, пример: спортивный магазин... Мы попыта-

## ДИСКУССИЯ

---

лись спроектировать среду. Прямо так, как она в Первоуральске есть. Дошли до того, что улицу Ватутина (центральную улицу в Первоуральске) мы решили превратить в канал. На что заказчик сказал, что он просил входную группу...

В 2005 году был сделан такой проект. Мы сделали небольшие видеоролики и разместили ... вот такой «шум» на щитах. Я собирал различные реакции зрителей. Внизу на щитах было написано «проект Эдуарда Кубенского». Все думали, что это реклама, ждали проекта, а я говорил, что это и есть сам проект.

Наша детская история. Мы работаем с детьми. В 2011 году здесь дети рисовали на обычных лопатах. Это такой проект-вовлечение. Мы пытаемся в свои издательские проекты как-то вовлекать и горожан. Здесь была сначала задана тема изображение на лопатах произведений Владимира Татлина. А потом уже Управление культуры подключилось к этому проекту. Мы начали рисовать панораму города. Проект очень понравился. Сейчас мы уже сделали 7 таких детских проектов.

А это наш ежегодный проект. В данном случае он назывался «Жизнь умнее архитектора». Это слова Ле Корбюзье. Мы печатали цитаты из героев наших интервью на футболках. Я подобрал хорошие цитаты, которые, как мне кажется, в какой-то степени иллюстрируют нашу сегодняшнюю дискуссию. Например: «Хотелось бы спроектировать такой город, в котором потом было бы интересно что-нибудь спроектировать». Об этом мечтают современные архитекторы. Еще одна замечательная цитата – метра московской архитектуры Сергея Скуратова. Он говорит о том, что современному правительству России нельзя сидеть за крепостными стенами в средневековом замке (речь идет о Кремле). Мы попытались вынести эти дискуссии, которые идут сегодня в архитектурной среде, за пределы профессионального журнала и представить их широкой аудитории...

Это тоже проект 2011 года. Возле интерьерного центра «Архитектор» мы

сделали выставку современной деревянной архитектуры. Противотанковые ежи... Так горожане вовлекались в наши игры.

Следующий проект – тоже мой, скульптурный. В 2011 году мы начали проводить фестиваль «Белая башня», который сегодня развивается в самых разных направлениях. Он продолжается как фестиваль, где мы показываем различные архитектурные проекты (архитектурные инициативы) из разных точек России. Мы очень рады тому, что после названия нашего фестиваля «Белой башней» появилась архитектурная группа «Подельники», которая сегодня является распорядителем имущества «Белой башни» как объекта недвижимости. Они пытаются восстановить этот памятник, в чем мы им содействуем. В какой-то степени именно наш фестиваль сподвиг на такой проект.

А это несостоявшийся проект въезда в город Пермь со стороны города Екатеринбург. В 2011 году уже на излете пермской культурной революции мне заказали въезд в Пермь со стороны Екатеринбурга. Я задумался о перспективах культурной революции Перми. В результате был создан проект, который назывался «Перспективы Перми». Это два контура буквы «П» (дальний и внешний)... Этот проект не реализовался, а культурная революция потеряла свои перспективы.

А это всем известный проект. Раньше я показывал этот проект просто как проект, а сейчас я рассказываю про историю. Мне кажется, самое ценное в нем – это дискуссии, которые вокруг этого проекта шли. Кладбище домов... Пожалуй, единственный проект, который получил развитие... В мае 2011 года мы сделали такой проект. Потом у меня появились заголовки «Кладбища домов благоустройств», когда появился экскаватор и начал копать. Затем – «Кладбище домов. Постскриптум», когда на месте уже убранных памятников, были поставлены «ветрячки». В жаркое лето 2012 года они не крутились, что мне показалось «отвечающим» той ситуации, в которой мы нахо-

димся.

Этот проект появился «на волне» разрушения Пассажа. Мне хотелось каким-то радикальным образом ответить на радикальные действия экскаваторов. Но экскаватор добрался и для нас. А эти ветряки не крутились. И у меня создалось впечатление, что в городе Екатеринбурге культурным героям даже хуже, чем Дон Кихоту. Дон Кихот на мельницу шел с копьем, и у мельницы ветряки все-таки крутились. А у нас – нет. Вместо того, чтобы вызвать какую-то реакцию Администрации на тему остановки разрушения памятников, мы вызвали нечто иное... Я слышал, что приняли законодательный акт (на уровне города) о том, что в городе нельзя размещать объекты с ритуальной принадлежностью.

Следующий проект – в парке усадьбы Расторгуева-Харитоновна... Здесь тоже проект-вовлечение. У нас есть ежегодная игра, находящаяся в тренде разрушения памятников архитектуры. Мы решили предложить девелоперам и архитекторам «разрушать» новостройки. Это Андрей Борисович Бриль... Он бросает биты, для того, чтобы разрушить... Вознесенский.

...Я заканчиваю. Это мои предложения по поводу работы с пространством города. Например, вместо Краснознаменной группы я хотел бы предложить Центр современного искусства. Вместо Екатеринбург-сити я предлагаю поставить Башню Татлина. И больше ничего там не делать. Обстроить здание «Высоцкого» памятником Ермаку. А на месте телевизионной башни (Наркомтяжпром, архитектора Ивана Леонидова) я предлагаю поставить башню Наркомнанопром. А это – то, о чем говорил Леонид Салмин. Ось города. Я попытался ее реализовать буквально. Это Арка Дефанс, это завокзальная территория. А это – ось, которая выпадает на центр города.

Мне кажется, что абсолютно все это реально. С точки зрения освобождения территорий нет никакой проблемы.

А вот этот проект (мне кажется,

мало кто о нем слышал) – это Космический лифт в городе Екатеринбурге. Детали можно посмотреть на страничке в Facebook [<https://www.facebook.com/edkubensky>]. Я хотел бы обратить внимание на эту таблицу. Это голосование на сайте Etv, где был задан вопрос: «Что нужно поменять в недостроенной телебашне». 75% опрошенных сказали, что нужно сделать нанолифт. Я думаю, что нет ничего невозможного. В Японии уже объявили о проекте строительства нанолифта к 2050 году. Я думаю, что если мы предоставим им площадку в городе Екатеринбурге, то это станет основным нашим брендом, на который мы будем работать. Это такая сверхидея, которая может нас прославить. Такого нет нигде. Это может быть самым главным проектом. Хотя, конечно, можно все оставить, как есть.

**Глазырин А.В.:** У меня скорее не вопрос, а реплика. Я завидую художникам. Вместо того, чтобы рассуждать абстрактно, можно сделать доклад «Я в культурном пространстве города». Я такого сделать не могу...

**Вопрос из зала:** Меня как молодого, хоть и не 20-летнего человека волнует вопрос, насколько этически и практически переходима грань между сохранением наследия и строительством нового в городе? Наш город, я считаю, тоже в общем молодой. Я имею в виду не то, что происходит сейчас, к сожалению..., а действительно новый город, новый конструктивизм... Новые космические лифты...

**Кубенский Э.А.:** Я уже выступал на выставке Иннопром (Центр Б. Н. Ельцина устраивал дискуссии). В одной из статей в журнале [«ТАТЛИН» - ред.] я отвечал на этот вопрос. Мне кажется, что мы сейчас живем не в Екатеринбурге. Екатеринбург я представляю себе краснокирпичным, деревянным, двух или трехэтажным, с торговыми площадями, болотами, просеками, где пасутся коровы. И в этом городе – Оперный театр 1912 года. То, что я сегодня вижу, я не могу назвать и городом Свердловском. Город Свердловск

– это горизонтальный город (с горизонтальной расшивкой окон, с 5-7 этажной застройкой). Серый и мрачный.

То, что мы видим сегодня – это не Екатеринбург и не Свердловск. Я предлагал такую концепцию для города: менять Екатеринбургу название каждые 50 лет (хотя бы). И при этом полностью менять парадигму. Сносить здания (чего-то оставлять) и строить новое. И таких брендов в мире нет. Нью-Йорк не меняет каждые 50 лет свои названия...

**Глазырин А.В.:** Следующее выступление: Немченко Лилия Михайловна, директор Международного фестиваля-практикума киношкол «Кинопроба», кандидат философских наук, доцент кафедры этики, эстетики, теории и истории культуры Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина.

**Немченко Л.М.** (*тема доклада: «Фестиваль в городском ландшафте (на материалах театральных и кинофестивалей)»*): Я очень буквально поняла тему нашей дискуссии. Для меня культурный ландшафт – это географическое понятие, наделенное определенным символическим капиталом, смыслами, ассоциациями, образами. В названии тезисов я указала, что речь пойдет о театральных и кинофестивалях. В этой секции запланированы и другие выступления о фестивалях. Но, видимо, «Евразия» наготове, поэтому из Филармонии никого не было.

Я неслучайно задала вопрос Сергею Геннадьевичу Тушину... Мне кажется, в том, что не прозвучали культурные или художественные крупные международные и всероссийские фестивали как место притяжения, как место обмена, как место брендинга... Мне как обывателю (а я иногда бываю и просто обывателем) абсолютно все равно, какой бренд. Обывателю очень важно, чтобы ему было удобно жить в этом городе...

В городе замечательные математики. В городе можно говорить о хороших архитекторах. В городе есть приличные

врачи. В городе есть оперный театр, и не только он. Но город так устроен, что в нем неудобно находиться (правда, сегодня гораздо лучше, чем было позавчера). В городе зачастую бывает неуютно. Мне кажется, что все арт-проекты работают на переосмысление, переформатирование культурных пространств.

Театральный фестиваль Коляда-Рлесе всем хорошо известен. Пространство сада Вайнера на семь дней, в которые проходит фестиваль, не только преобразуется, но начинает жить какой-то своей жизнью. Тоже самое хотела бы сказать о «привозном» проекте, когда фестиваль «Усадьба. Джаз» проходил в Харитоновском парке. У меня нет «квасного патриотизма», но у меня была гордость за свой город. Я ходила и смотрела на этих людей, и было чувство оптимизма... Когда я находилась там, мне было не стыдно, что я родилась и живу в этом городе.

В нашем городе действительно существуют огромные международные фестивали, которые проводятся с регулярностью один раз в два года (как фестиваль театров кукол «Петрушка Великий», например или «Реальный театр»), или «Коляда-Рлесе», который проводятся ежегодно. В нашем городе проводится колоссальный музыкальный фестиваль «Евразия», который откроется через несколько дней.

Культурный ландшафт формируется благодаря разного рода обменам. В том числе и благодаря фестивалям... Именно фестивальные арт-проекты направлены на преобразование, преобразование ландшафта, который связан с местом, и, соответственно, с людьми, которые сюда приезжают...

Обращусь к теме кино. Кинофестиваль – гораздо менее затратное мероприятие, по сравнению с театральным фестивалем. Понятно, что привести театральную труппу гораздо сложнее, чем, например, привести фильм с одним создателем. Странно сложилось, что в этом огромном городе, в котором есть индустриальное наследие (и Свердловская киностудия – есть ничто иное как результат индустриализа-

## ДИСКУССИЯ

---

ции), нет большого международного фестиваля. Я эту идею уже артикулировала на Иннопроме (на стенде фонда Б.Н. Ельцина).

В городе есть два огромных фестиваля. Фестиваль «Россия» – самый большой фестиваль документального кино. И наш город в среде не только кинематографической знают по этому фестивалю. Есть фестиваль «Кинопроба», но у него совершенно другая история. Это фестиваль очень молодого кино. Еще не известно, как все сложится у этих людей. Хотя в этом году будет проходить десятая «Кинопроба». У некоторых людей сложилось все замечательно, и мы это можем отслеживать.

Нужен ли Екатеринбургу большой («взрослый») кинофестиваль, который привлечет за собой не только режиссеров, но и зрителей; который даст городу статус большого, европейского города? Мне кажется, для этого есть все основания. Во-первых, здесь начинали работать ушедшие из жизни режиссеры (в том числе и недавно). Это – к вопросу о пропаганде, об элементарном просвещении. Это место, в котором жили и живут эти замечательные люди. Здесь сложилась совершенно уникальная школа документального кино и уральская школа анимации, с которой в самых разных городах (не только нашей страны, но и за рубежом) связывают город Свердловск – Екатеринбург. Ни один российский город не может похвастаться А. Петровым, А. Харитиди.

Самое главное: Екатеринбург в силу индустриализации, Б.Н. Ельцина и массы других аспектов привлекает больших режиссеров. Я знаю фестивальную «кухню». Есть фестивали, на которых для того, чтобы привести человека, нужно платить огромные деньги. Я директор фестиваля, который не располагает большими суммами (я даже не буду их называть, они просто неприличные). И, тем не менее, когда А. Звягинцев или Герц Франк соглашались приехать в город – это дорогого стоит. Это значит, что в городе есть культурный ландшафт.

Почему я говорю о большом кинофестивале? Сегодня уральская киношкола только складывается, ее трудно еще назвать школой. Но уже есть имена: Алексей Федорченко, Василий Сигарев. Это люди, которые известны в мире, на международных фестивалях. И если В. Сигарев снимает не у нас, то студия Алексея Федорченко – большого, современного кино – находится именно здесь.

И еще один момент в формировании культурного ландшафта, который я бы хотела отметить, – это среда. Когда мы говорим о том, что нужно много брендов, нужно много образов – нужно много сред. Я здесь видела молодых людей, представителей «Стенографии», представителей джазового сообщества. Это замечательно, что существует огромное количество разного рода сообществ, и только в соединении и приумножении – наша сила. Организация серьезного, большого, сочного, разнообразного ландшафта, в котором будут представлены разные точки, возможна благодаря развитию разных сообществ.

**Глазырин А.В.:** Выступление Евгения Юрьевича Фатеева, организатора фестиваля «Стенография», на который сегодня уже несколько ссылались.

**Фатеев Е.Ю.** (тема доклада: «Стенография: фестиваль после фестиваля»): Во-первых, огромное спасибо Никите Корытину за приглашение. Я придумал очень хитрую тему: «Фестиваль после фестиваля». Сейчас очень коротко скажу, почему. Фестиваль «Стенография», конечно, не ограничивается тремя днями. Все, что мы делаем на фестивале, мы стараемся делать круглогодично. Делать разное, делать в разном.

Если вы не против, я «переиграю» свое выступление. Меня так увлекла тема выступлений, которые здесь прозвучали, что мне хотелось бы поделиться своими размышлениями. Мы сейчас стараемся... научиться разговаривать про город. Дело в том, что стрит-арт-сообщество – это люди, исповедующие «экстремальный градус» патриотизма. Нет больших патриотов соб-

## ДИСКУССИЯ

---

ственного города, чем уличные художники...

Сегодня нас очень увлекает тема говорения. Очень интересно разговаривать о городе. Я это пробую сейчас делать у себя в блоге. Мне не хотелось бы никого обидеть, но я сформулирую главное: город о себе рассказывать не умеет. Он очень трогательно, но сташно неэффективно рассказывает о себе...

Когда мы начали играть во всю эту уличную историю, я понял одну очень важную вещь. Когда ты приходишь в чужую повестку – ты проиграешь. Когда ты приходишь с чужим словарем – ты проиграешь. Когда ты приходишь без хоть каких-нибудь поправок к существующим правилам игры – ты тоже проиграешь. Поэтому для того, чтобы выходить в некое словесное пространство – некий великий океан дискурса городов о себе, стран о себе, Земли о себе, на мой взгляд, надо приходиться с чем-то – со словарем, с интонацией...

...Когда мы говорим, что чего-то в Екатеринбурге не хватает, мы должны определиться: в сравнении с чем? Город – не плохой. Жить в нем можно... Но болезнь «догоняния» приводит к потере энергии. С энергетикой «догоняния» ничего нельзя сделать... Я понял эффективность только одной энергетической нотки: Любви. Без нее вообще ничего не будет. Ты не будешь интересен другим людям, общностям, институциям. А энергетика любви в «догонянии» не появляется.

...Еще одно наблюдение, которым хотелось бы поделиться. Если честно, в нашем городе меня раздражает то, что, к сожалению, пока серьезные конвертируемые репутации делаются даже не в нашей стране. Чаще всего наше интеллектуальное сообщество присоединяется к репутациям, сделанным не нашими медиа. Даже российские медиа конвертируемые мощные репутации делать не умеют... О какой вообще туристической привлекательности вы можете говорить на примере региона «Большой Урал», когда у двух из трех

серьезных музеев этого региона (Ирбитского музея и Музея изобразительных искусств в Нижнем Тагиле) нет нормальных сайтов?! Когда «в цифре» появится Ирбитский полу-ВанДейк, полу-Рубенс и отреставрированная графика, это юдет действительно круто!..

Я сторонник того, что нам нужно учиться у англосаксов способности любить себя и не оглядываться на других. Нам очень сильно не хватает саморефлексии...

И еще один момент. Екатеринбург – это единственный город со здоровым гражданским обществом...

**Салмин Л.Ю.:** Очень важная мысль прозвучала о гражданском самосознании, которое связано с тем, как проявляется влюбленность в свой город. Я вспомнил случай во Флоренции в одном из музеев, когда я захотел сделать фотографию вида из окна, музейный смотритель вдруг бросился открывать передо мной окно. Чтобы я снимал не через стекло. Это не было заискиванием передо мной. Флорентиец показывал мне свой город. Это – более важный символический капитал, чем любой физический объект в городе. И если мы говорим о гражданском самосознании, то это вот такие люди, которые ходят, гордо подняв голову (во Флоренции, в Венеции – от официанта до гостиничной уборщицы, потому что они флорентийцы, они венецианцы).

**Фатеев Е.Ю.:** Я благодарен вам за то, что бы об этом сказали. Я... не из Екатеринбурга, но уже считают себя екатеринбуржцем. Мне для этого хватило лет пять. И я должен сказать: город – емкий. Город в себя принимать умеет. В городе есть место, он впускает в себя.

Еще одно наблюдение. Если региональным брендингом будет заниматься только государство, будет хуже.

**Глазырин А.В.:** Они... деньги на это выделили.

**Фатеев Е.Ю.:** Ну, может быть стоит им сразу деньги раздать, но только, чтобы они ничего не делали. Поверьте, будет хуже. В первой части дискуссии про-

звучала мысль о патернализме. Он действительно есть. Культурное сообщество здесь в значительной части (хоть и гораздо меньшей, чем в других городах) действительно ждет, когда государство проявит инициативу. Государство, к сожалению, пока еще единственный эмитент, единственный держатель гордости, единственный назначатель ценностей. Если власть будет слишком «активна», рядом может никого и не остаться... Государство – это важный игрок на рынке гордости, но не сейчас. Государство у нас обидчивое. Хочет любви, его не все любят, а оно обижается на это. С другой стороны – это институция, и она начинает ощущать конкуренцию с другими...

...Сегодняшнее государство не умеет увлекать, может только назначать и наказывать. Набор техник у государства чрезвычайно узкий. Оно еще ничего не понимает. Оно меняется. Но пусть это делает в сторонке, безопасно от нас. Пусть чуть-чуть подрастет...

**Глазырин А.В.:** Мы близимся к финалу. Сейчас хочу предоставить слово представителем канала Roomple.ru – Вадиму Овчинникову (руководителю канала) и Ирине Третьяковой (главному редактору канала).

**Третьякова И.:** Поскольку времени осталось очень мало, я скажу коротко и за двоих. Мы бы хотели представить свой проект «Обзорная экскурсия Екатеринбурга». Сегодня очень много говорилось о том, что нашему городу нужна реклама, нужен PR. Мы об этом задумались 1,5 года назад. Был создан проект, который вы сегодня увидите.

Разумеется, проект, который призван повышать туристическую ценность Екатеринбурга, должен учитывать вкусы широкой аудитории. Здесь должен быть яркий визуальный ряд, компьютерная графика, режиссура, рассчитанная на «клиповое» мышление зрителя. Должен быть удобный для сети Интернет-формат, потому что Интернет сегодня – самый удобный инструмент продвижения. Особенно, если

мы говорим о связях с другими странами.

Но самое главное: этот проект должен быть понятен. Здесь мы сталкиваемся с проблемой. Рассказывать об архитектурных стилях, не используя архитектурных терминов, невозможно. Что касается широкой аудитории, то она знакома с таким архитектурным понятием как «колонна». Все остальное для нее заменяется емким понятием «лепнина». Со всем этим нужно было что-то делать.

Это достаточно серьезная проблема для тех проектов о культуре, которые сейчас существуют на телевидение. Они рассчитаны на подготовленного зрителя. Проектов, которые зрителя бы готовили, дотягивали до уровня восприятия более серьезных проектов, у нас существует немного.

Создавая проект, мы решали три главные задачи:

1. Продвижение Екатеринбурга как туристического бренда.
2. Вовлечение широкой аудитории в культурное пространство города. Сегодня несколько раз упомянули городское сообщество. Но для того, чтобы его вовлечь в культурное пространство города, нужно создавать для этого проекты, которые были бы интересны и понятны.
3. Создание базы минимальных знаний об архитектуре.

На сегодняшний день вышло 10 выпусков. В них рассказывается о классицизме, эклектике, модерне. Создан первый выпуск по конструктивизму. Над остальными пятью мы еще будем работать.

Выпуски уже переводятся на английский язык. Мы планируем связываться с зарубежными Интернет-порталами, чтобы они размещали эти выпуски у себя. У выпусков очень удобный формат – 5-7 минут. Для сети Интернет этот формат оптимален. Больше смотреть любят не все.

Сегодня мы вам хотим представить второй выпуск из трех, посвященных классицизму. В нем рассказано об усадьбе Распоргуева-Харитоновна.

...Я еще хочу обратить внимание: мы выбрали самый короткий выпуск. В

## ДИСКУССИЯ

---

выпусках, которые посвящены истории стилей, мы постарались показать, что архитектура существует не сама по себе. В ней отражаются и социальные процессы, происходящие в обществе и научные открытия. Для большинства людей искусство, архитектура – это что-то похожее на экспонаты Кунсткамеры. Интересно, но к реальной жизни не имеет никакого отношения.

Нам бы очень хотелось своим проектом в том числе этот стереотип немного «расшатать».

**Глазырин А.В.:** У меня неожиданный вопрос. Поскольку наша дискуссия так и не дошла до экономической составляющей... Всегда, когда говорится о каких-то культурных проектах и инициативах, ставится вопрос о том, кто это будет финансировать. Потом у нас патерналистски все обращается к государству и идет через государственное финансирование. Ваша деятельность, если не секрет...

**Третьякова И.:** Секрета нет. Все 10 выпусков сделаны исключительно на энтузиазме.

**Глазырин А.В.:** Я предлагаю, поскольку наша дискуссия заканчивается, высказать свои впечатления по итогам обсуждения.

**Петров Владимир:** Я хочу сказать в дополнение к тому, что сейчас говорила Ирина. Я бы хотел обратить внимание участников этой дискуссии на одно из очевидных (и в то же время неочевидных) необходимых. Это – создание банка фотографий достопримечательностей города, его символов, знаковых мест...

**Глазырин А.В.:** Спасибо. Тема важная, поскольку мы живем в эпоху визуализации... Екатеринбург должны в первую очередь фотографировать те люди, которые любят этот город.

**Глазырин А.В.:** Я думаю, что мы должны в любом случае поблагодарить организаторов за инициативу. Мне кажется, было интересно, содержательно и неравнодушно. Хотя у меня осталось ощущение некоторой недоговоренности, а

точнее отсутствия консенсуса в понимании и культурного наследия города и его разного потенциала.

Когда говорили о бренде, я, как специалист, просто молчал. Тем не менее, мне кажется, что практика таких лабораторий, о которых говорил Никита Корытин, на которых можно было бы обмениваться мнениями и выработать если не решения, то, по крайней мере, некие инициативы (не буду называть их стратегическими) очень важна. Эти инициативы могли бы быть озвучены и, может быть, услышаны в кабинетах власти. Хотя, как сказал Евгений, лучше пусть не будут услышаны...

По крайней мере, я надеюсь, что подобные дискуссии и инициативы будут поднимать еще больше интерес к родному городу в том гражданском обществе, о котором сегодня говорили. И будут появляться энтузиасты своего дела. А залог тому – то, что в этом зале не просто неравнодушные люди (директоры музеев, ректоры высших учебных заведений, художники, инициаторы проектов, директора кинофестивалей, блоггеры и журналисты). Это в принципе те люди, которые эти проекты по чуть-чуть в силу своего понимания и возможностей, наличия инициативы и желания довести проект до конца реализуют и проводят.

**Корытин Н.Н.:** Алексею Владимировичу для модерирования досталась более сложная часть дискуссии. Мы пригласили тех людей, которые инициировали проекты, которые делают нас самих и город более интересными.

Если в первой части дискуссии мы говорили о том, какие объекты, события и лица города могут его репрезентировать вовне, на общероссийском уровне и для зарубежных гостей, то во второй части мы хотели поговорить о тех инициативах, которые создают лицо города для нас самих.

...В каких-то случаях эти инициативы удаются, и очень хотелось бы, чтобы мы все об этих инициативах знали. И знали власть имеющие. Все говорят о том, что с властью сложно разговаривать, она ниче-

## ДИСКУССИЯ

---

го не понимает. Лучше пусть постоит в сторонке. А иначе она все разрушит, как слон в посудной лавке. С одной стороны это так. Но без лоббирования мы никуда не придем. Я хотел высказаться в защиту власти. Естественно, я лоббирую корпоративные интересы. Мы поставили себе задачу, чтобы в этом году символом 290-летия Екатеринбурга был Каслинский павильон. Это было непросто. Это решалось на уровне первых лиц города. Это не принималось по достаточно сложным для нашего понимания причинам. Почему? Потому, что павильон изначально из Челябинской области. Но мы знаем, что в то время была несколько иная картография. И Касли находились в Екатеринбургском уезде. Тем не менее, книга о Каслинском павильоне издана. Были выделены деньги, и книга стала неким символом этого года. Все равно это возможно. Это в наших силах. Мне кажется, что как раз важно не упустить этот момент. Не упустить, пока власть потопчется. Ей нужно что-то быстро придумать и сделать. Например, какой-то монумент (граница Европа-Азия), который нас может всех шокировать. И уже ничего с этим не поделаешь.

Мне кажется, что встречи экспертного сообщества с какими-то умозаключе-

ниями, сформулированными и опубликованными в виде тезисов, как раз могут помочь этому общению.

...Мы все выезжаем именно на нашем энтузиазме. Тем не менее, разговаривать с властью все равно можно. В этом был пафос сегодняшнего мероприятия. Не знаю, насколько оно в итоге будет конструктивным в качестве инструмента общения с властью. Но послание было такое. Мне кажется, мы можем контролировать эти решения очень опосредованно. Возможно, это воздействие очень слабое. Тем не менее, оно должно быть. Иначе просто все решения будут приниматься без нас.

**Глазырин А.В.:** Большое спасибо, Никита Николаевич. Я должен сказать, что прямая трансляция будет выложена на сайте. Можно будет посмотреть всю дискуссию.

В конце я хочу сказать, что я знаю мало городов, которые так любят люди, которые здесь живут. Очень многие, кто уезжает из Екатеринбурга, потом возвращаются сюда, потому что в других городах на самом деле хуже. Так что давайте поблагодарим судьбу за то, что мы живем в Екатеринбурге, и будем делать город чуточку лучше.

*Текст к печати подготовлен С. В. Сухоносовой*