

Библиографический список

1. Булатова С. Про страстотерпцев, чудотворцев и поганый столб / С. Булатова // ZAART. 2007. – № 15.
2. *Екатеринбург*. Искусство России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gif.ru/actions/long-stories/>.
3. *Молоков А.* Моя улица Вайнера [Электронный ресурс]/А. Молоков//Уральский архитектурный портал. Режим доступа: <http://arch66.ru/articles/9/13>.

*А. А. Махнев, Е. А. Шмоль, А. К. Махнева
(науч. рук. М.В. Семенова)*

РОЛЬ КУЛЬТУРЫ В РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИЙ

Странная игра в понятия происходит в нынешнем мире. Заглянув в прошлое на многие века назад, современный человек, наверное, удивился бы тому, какое сакральное значение наши предки придавали своей культуре. Они берегли ее, защищали, с любовью передавали сначала в устной, а затем и в письменной форме на поколения вперед, создавали ее атрибуты и историю.

Культуры, вливаясь одна в другую, переплавляясь и трансформируясь, все более отдалялись от смысла, первоначально вкладываемого в этот термин. Более того, с течением лет, появилось множество трактовок, слово становилось многозначным, хотя полного и точного определения (равно как и в отношении других глобальных понятий) никто дать так и не смог. И вот итог: современный мир уже не может похвастаться количеством бытующих в нем культур. На мой взгляд, те ученые, кто считает, что на определенном этапе развития человечества культура угасает, уступая место цивилизации, не совсем правы. Культура не может вымереть, как популяция дубов Бирманского леса или племя обров (аваров). Почему? Да потому, что из века в век на каком-то генетическом уровне сохраняющаяся потребность беречь свою культуру дает о себе знать.

Однако, сберегая культуру, люди не задумываются о том, что в настоящее время она стала настолько же монолитной, насколько безнациональной. В современном мире мы говорим о Европейской или Западной культуре, Восточной

культуре, – и где-то посередине болтается Россия, так до конца и не определившись, имеет она собственную культуру или относит себя к какому-либо из полюсов (с утверждением о существовании отдельно Американской культуры я не согласна, так как, с моей точки зрения, она в большинстве своем состоит из культуры европейской и лишь малую часть ее составляет культура коренных обитателей континента). И здесь возникает парадокс: признанные шедевры, принадлежащие одной стране или области, одновременно становятся достоянием всего человечества. А тут мы возвращаемся к первоначалу – тем самым разрозненным первобытным племенам, культура которых обособлена и отлична от остальных, но на ином уровне. На территории любого из народов земного шара содержится определенная доля сохраненных ценностей, которые представляют интерес для остальных. Для того, чтобы увидеть Джоконду, люди стекаются со всего света в Лувр, во Францию. Лувр – хранитель мировой культурной ценности, а значит, имеет право зарабатывать на этом статусе (кстати, на мой взгляд, именно благодаря количеству мировых культурных ценностей он имеет статус мирового музея).

Атрибуты культуры, иначе – ее достижения, ценятся в современном мире чрезвычайно высоко. Человечество, вступив в фазу постиндустриального или информационного общества, на первое место в своей жизни ставит впечатления. Они необходимы, чтобы человек чувствовал себя счастливым, реализованным, состоятельным. В общем: «Увидеть Париж и умереть!» Ранее культурные ценности не так заботили людей (а Екатерина Великая вообще обклеивала ими столовую), они носили скорее бытовой, чем сакральный характер. Ведь даже в Средние Века церковь была, прежде всего, церковью, а не произведением искусства; духовной ценностью выступал храм, а его убранство носило скорее утилитарный характер, так использовалось с одной целью – воздействие на прихожанина. Сейчас для туриста в Париже Нотр-Дам де Пари, к примеру, важен не как храм, но как музей, и многие церкви превращены именно в музеи, потому что на впечатлениях туристов сейчас заработать легче, чем проводить службы и поддерживаться за счет государства. Все это приводит к тому, что многие достижения культуры оцениваются иначе, приобретают сакральный оттенок как произведения именно в этой сфере. Вследствие этого культура становится очень мощным полем для вложения капитала.

Трагедия современного мира заключается в том, что человечество при всем развитии новых всемогущих технологий, позволяющих воплотить практически любой замысел, бессильно в производстве на свет новых идей. И дело совсем не в том, что в двадцатом веке фактор времени еще не действует, а в том, что даже сейчас не появляется «мировых шедевров», все больше – какие-то локальные. Когда культура в двадцатом веке превращается в столь мощный экономический фактор, эти локальные «шедевры» начинают биться за статус мировых, что еще более усиливает конкуренцию, создает поле для конфликтов и повышает интерес к культурной жизни. Именно произведения современности дают толчок к неожиданным решениям, пробуждению новых талантов, открытиям неизвестных широкому кругу зрителей национальных культурных особенностей. Места, не хранящие мировых шедевров, но умеющие увлечь своей современной культурной жизнью, приобретают статус туристических центров.

Культурная жизнь в современном обществе становится второй после политической. Двойственное положение мировых культурных ценностей задает тон в развитии территорий, которым эти ценности принадлежат исторически. Человечество в погоне за впечатлениями направляет свои стопы в те места, где ценности эти находятся. Как следствие, непрерывающийся поток туристов в культурные столицы мира: Лондон, Париж, Рим, Стамбул, Вена, Петербург – а также в те места, которые благодаря развитию современной культурной жизни зарекомендовали себя как интересные туристические центры: Нью-Йорк, Рио-де-Жанейро, остров Готланд, Сидней и др.

Страна или город, даже не претендующие на звание туристического центра, борются за сохранение и повышение своего культурного уровня. В каждой крепкой деревне стоит как минимум одна вековая церковь, которую можно с помощью соответствующей рекламы определить как культурную ценность.

Отсюда, с моей точки зрения, возникает важная проблема: спекуляция на национальных культурных ценностях региона. Эта составляющая городской жизни активно используется в политических и экономических интересах. Примеров подобного использования великое множество, в том числе и на Урале. Зачастую обыватели их не замечают, потому что спекуляция принимает самые невинные, простейшие формы, такие как: магнитики с изображением видов города; изделия из уральского малахита (мало кто знает, что его запасы на Урале

исчерпаны); стилизованные каменные горки и многое другое. Более продвинутая, но и более тонкая ступень в развитии этой темы – это создание мифа о культуре территории. Например, в сказах Бажова есть упоминание о Каменной чаше, которую пытался вырубить из цельного куска малахита Данила-мастер. До сих пор существует миф о том, что на Урале удивительные залежи этого поделочного камня (в действительности, малахит используют для камерных изделий, ничего крупного из него не вырежешь). Нельзя однозначно сказать, целесообразно ли развитие культурных индустрий в этом направлении (имеется в виду спекуляция на национальных ценностях), но факт существует и занимает в экономике региона определенный пласт. Я не думаю, что мелкие и средние предприниматели готовы отказаться от этого фактора в своей деятельности.

В противовес «официальной» культуре, нацеленной на культивацию «безусловных» ценностей, стихийно в городской среде создается направление «андеграунд» (underground). Это различный городской и сельский фольклор, молодежные субкультуры, творческие организации. Здесь тоже происходят важные для развития региона процессы. Именно в этой среде впервые заявляют о себе молодые художники, поэты и актеры – те, кто в будущем может реализовать себя в элитарных слоях общества. К этой категории принадлежит и шумное студенчество, поэтому город, где существует более трех ВУЗов (здесь имеем в виду ректорат, а не филиалы), скорее всего, обладает большим культурным потенциалом.

В студенческой среде развиваются различные молодежные движения, которые могут оказать влияние и на продвижение территории. В частности, у многих молодых людей сейчас возникает интерес к реконструкторской деятельности и ролевым играм, и так же пропорционально – неприятие этого движения большей частью населения. На наш взгляд, в культуру Уральского региона эти тяжелые отношения вносят только негативный вклад. В таком случае помощь государства в вопросах их урегулирования (спонсорская помощь в проведении фестивалей, игр; снижение конфликтных ситуаций, выделение помещений) пойдет на пользу региону. В этой среде, как ни в одной другой встречаются талантливые ребята, способные создавать целые спектакли на ходу, красочные шоу и шествия. Проходящий в Казани ежегодный ролевой фестиваль сильно поднимает статус города, в котором раз в год на неделю карна-

вал выплескивается прямо на улицы. Действие незабываемое! Отношение обывателей к участникам фестиваля положительное, в магазинах и столовых в эпицентре – самое горячее время. В уральском регионе остался один фестиваль подобного плана, который проводится на турбазе за городом. Обыватели не заинтересованы в действии, государство относится неодобрительно, а потому в Екатеринбурге не создают подобных зрелищ. При поддержке спонсоров ситуацию можно повернуть в нужное для обеих сторон русло. Например, в тематику фестиваля включать региональные мотивы (те же сказы Бажова). Ролевые и «реконструкторские» клубы могут сотрудничать с музеями, детскими садами и центрами, помогать в организации городских фестивалей, так как умеют обеспечивать качественный интерактив.

Другое достоинство культуры андеграунда – городской фольклор. На практике он оказывается более живучим, чем какие-либо официально опровергающие его источники. К современному фольклору можно отнести и знаменитое Лох-Несское чудовище, которое вызвало множество споров и теорий именно в двадцатом веке, а сейчас озеро Лох-Несс является достопримечательностью именно вследствие развития легенды, дополнения ее новыми фактами.

Городской фольклор имеет еще одно серьезное значение. Он перерабатывает идеи, предлагаемые государственной программой (музеями, театрами, Министерством культуры). Именно таким образом массы отбирают из множества предлагаемых официальной культурой вариантов свои «национальные» ценности. Примером может служить знаменитая «Варежка» в городе Екатеринбурге. Есть люди (приезжие и не только), которые не знают, где находится памятник первому добровольческому танковому корпусу Уралмаша. Зато почти любой тебе покажет, где стоит «Варежка», и уж тем меньшее количество людей знает, что эти названия являются топонимами. В народном сознании этот памятник не является ценностью культурной, но является другой ценностью – это место встреч, одно из самых известных в городе. Более скандальная история произошла чуть менее века назад со скульптурами С. Д. Эрзи, в частности с печально известной скульптурой «Освобожденный труд», которую в народе прозвали «Ванька голый». Стихийно возникающие в городской среде, легенды и другие фольклорные элементы влияют на официальную культурную программу, вступая с ней в симбиоз, меняя ее структуру. Эту особенность массового сознания

ния, как правило, учитывают предприниматели, предлагающие товар, с одной стороны выгодный пропаганде национальной/региональной культуры, но одновременно близкий и понятный народу (в качестве примера можно привести модные сейчас футболки с надписями: «Мы с Урала» или «Мы из Екатеринбурга»).

Городской фольклор можно и нужно использовать для поднятия статуса города. Сейчас большой популярностью пользуется всевозможная художественная литература, основанная на городской мифологии (Панов «Тайный город», Лукьяненко «Ночной дозор» и др.). На этой волне реальные истории «о городе, в котором мы живем», будут также пользоваться успехом. В Екатеринбурге уже возникали проекты сбора городских легенд и их публикации (последний, если я не ошибаюсь, выдвигало информационное агентство «Апельсин», в виде создания Интернет-портала). Я думаю, что сама идея чрезвычайно занимательна и вызовет интерес не только у жителей Екатеринбурга, но и у других людей. Можно также объединить несколько городов и создать региональный проект, что только повысит его значимость, и появится возможность использовать его для привлечения туристов. Городской фольклор получает развитие не только в публикациях. Он выдвигается как объединяющая тема для молодежных арт-фестивалей. Известное в Екатеринбурге «СтолпоТворение» привлекло множество людей, не только увлеченных искусством, но и просто горожан.

Исходя из вышесказанного, очевидно, что тема городского фольклора богата, практически неисчерпаема, а потому необходима для стимуляции творчества: она поощряет интерес молодежи к изучению истории родного города и региона.

На почве синтеза официальной и народной культуры возникают «культурные идолы» – неоспоримые ценности, предлагаемые государством и одобренные массовым сознанием. Они служат не только ради объединения местного населения, но и в экономических и политических целях. Иногда основу экономики городов и регионов в большей части составляют доходы от туристических сезонов. Как правило, такой город имеет одного культурного идола, иначе его можно назвать – брэнд (для региона характерно несколько таких точек, которые вместе образуют туристическую программу). Идолом может стать родившийся/умерший в городе композитор/писатель/поэт с мировым именем (для Ялты –

это Чехов, для Зальцбурга – Моцарт); крупный фестиваль с длинной историей и хорошей репутацией (карнавалы в Рио, Венеции, фестиваль в Визби, «Документа» в Касселе); славное прошлое города (старые города и замки Европы). Даже если туризм не лежит в основе экономики, он нередко составляет какую-либо ее часть. Наличие в городе хороших театров, модных галерей, известных памятников приносит определенный доход даже старым индустриальным городам.

Такие идолы государство культивирует, а народный фольклор создает мифы. Долгое время таким мифом уральского региона был Каслинский павильон, взятый на Всемирной Парижской выставке 1900 года Гран-при. Уральское региональное сознание объединено уникальными произведениями декоративно-прикладного искусства, однако для каждого города характерны свои достижения в этой области: Нижнетагильские расписные подносы, Златоустовская гравюра по металлу, Каслинское чугунное литье и др. Правило действует и в обратную сторону. Несколько десятилетий назад в городе Екатеринбурге существовали попытки создать миф об усадьбе Харитоновых-Расторгуевых. Говорили, что под Вознесенским парком находятся тайные ходы, а в середине лабиринта находится сокровище. Даже создавались тексты о том, что по этим ходам можно попасть в ад, ходили слухи, что ротонда в центре парка – место сборищ нечистой силы. Парк перекопали еще в семидесятых, сокровищ не нашли, и легенда заглохла. При всей культивации народное сознание ее не приняло. Культурный идол не создается за год или два. Нужны десятилетия, чтобы он вжился в облик региона. Лишь когда единожды запущенный механизм рекламы будет работать без толчков со стороны государства, т. е. управляться массовым сознанием и поддерживаться молодежными субкультурами, можно будет считать, что рекламируемая ценность стала идиолом.

Екатеринбург – старый индустриальный город, в котором никогда не стояли задачи стать туристическим центром. Однако в настоящее время культурный фактор возрос настолько, что необходимость в нем возникает и на Урале. Между тем, уральский регион, и особенно его столица, находятся в очень удобном геополитическом положении: на перекрестке Западной и Восточной культур. Не зря же именно по Уральским горам проходит граница между Европой и Азией. Однако при этом культура региона остается самобытной, имеет свою развитую «горную» мифологию и синтезирует с удобством для себя все,

что заимствует из других культур. Эта основа «мирового перекрестка» очень выигрышна, так как исчерпать ее чрезвычайно сложно, она может наполняться каждый раз новым содержанием, не меняясь в корне. Екатеринбург может очень долго использовать свою географию для повышения своего культурного статуса.

Сфера культуры и искусства в современном мире очень богата. Вступая в симбиоз с экономикой и политикой, она развивается, проникает в другие сферы жизни и способствует их развитию. Сейчас именно культурная планка является основной в оценке уровня человека. Престижно вкладывать деньги в памятники старины, театры, музеи, фестивали. Культурные мероприятия служат дополнительной рекламой для своих спонсоров. В городской же среде культурный уровень человека почти самоценен. Именно он обеспечивает продвижение в карьере молодых специалистов, стимулирует бурный рост молодежных субкультур и их креативных возможностей.

Культурные ресурсы более других оказывают влияние на развитие городской среды. В больших городах довольно крупный сектор экономики занимает сфера туристических услуг. Бывшие индустриальные города в настоящее время постепенно перестраивают бюджет в пользу развития культуры, это объясняется повышенным интересом к национальному искусству как меценатов и спонсоров, так и обывателей. Город, претендующий на роль культурного центра, обеспечивает себе поток приезжающих. Как следствие, он растет в территориальном и экономическом плане. Развитие культуры в городской среде выгодно не только властям, но и жителям, так как на этой почве происходит объединение горожан, стимулируется рост молодежных субкультур, облегчается поиск молодых талантов.

А. К. Махнева

(науч. рук. М.В. Семенова)

ИСКУССТВО БЫТЬ ЖЕНЩИНОЙ

В современной жизни мы тяготеем к многозначности слов и терминов. Но даже в более ранние времена, произнося термин «искусство» мы обязательно