

THE IMAGE OF THE TERRITORY AS A CONDITION FOR THE FORMATION OF POSITIVE CULTURAL IDENTITY AND PRIORITY OF REGIONAL CULTURAL POLICY

Gorelova Julia Robertovna, PhD of Historical Sciences, Research Associate, Department of Social and Cultural Aspects of the Urbanization of the Siberian branch of the Russian Institute for Cultural Science, Associate Professor of Management and Resource for Social and Cultural Activities of the Omsk State University behalf of F.M. Dostoevsky, Omsk

E-mail: gorelovaJ@mail.ru

The problems of cultural identity, the formation of which involves the development of a holistic image of the territory, as well as recognition of the necessity of forming a focused image of place as one of the urgent tasks of cultural policy.

Keywords: cultural identity; regional cultural policy; socio-cultural environment; cultural landscape.

УДК 304.4

ОБРАЗ ТЕРРИТОРИИ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОЙ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И ПРИОРИТЕТНАЯ ЗАДАЧА РЕГИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ

© Горелова Ю.Р., 2013



В статье рассмотрены проблемы культурной идентичности, формирование которой предполагает освоение целостного образа территории, а также признание необходимости целенаправленного формирования образа Места как одной из актуальных задач культурной политики.

Ключевые слова: культурная идентичность; региональная культурная политика; социокультурная среда; культурный ландшафт.

24

ГОРЕЛОВА Юлия

Робертовна,

кандидат исторических наук, старший научный сотрудник сектора социально-культурных аспектов урбанизации Сибирского филиала Российского института культурологии; доцент кафедры Управления и ресурсного обеспечения социально-культурной деятельности Омского государственного университета имени Ф.М. Достоевского, Омск
gorelovaJ@mail.ru

Значимость исследования образных характеристик культуры города определяется особой ролью данного социокультурного феномена на современном этапе развития человеческой цивилизации. Новые социокультурные реалии XXI века существенным образом изменили образные характеристики городского пространства, что выразилось не только в существенных изменениях визуального облика городов, связанного со значительным преобразованием архитектурно-ландшафтной составляющей, но изменилось и восприятие города самими жителями. В современных больших городах в силу масштабов городской среды изменился характер её восприятия, понимания и оценки. Человек вынужден "собирать" образ из элементов пестрой мозаики, разбросанных не только в пространстве, но и во времени. Перенасыщенная и недоступная одномоментному восприятию визуальная среда современного крупного города начинает восприниматься как пустота, тем самым усложняется задача формирования единого и устойчивого образа Места.

В настоящее время наблюдается возросший интерес со стороны общества и власти к проблеме культурной идентичности, формирование которой предполагает освоение целостного образа территории и включение индивида в знаково-коммуникативное пространство культуры. В исследованиях, посвященных проблемам культурной политики, в качестве одной из приоритетных задач артикулируется "создание и позиционирование культурных символов, бренда региона...порождение таких символов и образов может стать одним из основных направлений деятельности региональной системы учреждений культуры...посредством символа (т.е. почти мифологически, сверх сжато) может осуществиться осознание, восприятие родного края, а значит и сопереживание его судьбе, участие в его будущем" [1].

Город выступает специфичной социокультурной средой. Культура формирует внутренний мир человека, является тем полем, где реализуется личность. Ценности, принятые в той или иной культуре, являются регуляторами поведения личности. Принято различать

две фазы процесса освоения индивидом социокультурной среды. В рамках первой происходит знакомство индивида с идеалами, ценностями и нормами. Во второй фазе начинается процесс включения данных идеалов и норм во внутренний мир человека. При этом человек не просто усваивает социокультурный опыт, но и преобразовывает его в собственные установки, ценности, ориентиры. Таким образом, человек одновременно является и субъектом и объектом социокультурных отношений. Как объект он испытывает воздействие окружающей среды, как субъект – сам изменяет ее. Передача социокультурной информации может осуществляться как целенаправленное воздействие (в нашем случае целенаправленное формирование позитивного образа территории в сознании горожан) или как стихийный, спонтанный процесс. Направленная форма предполагает наличие специально разработанной системы средств воздействия на человека для формирования определенных социокультурных установок в соответствии с целями и интересами данного социума. И это как раз и является (по крайней мере должно являться) одной из приоритетных задач культурной политики, так как именно государство располагает целой системой разнообразных (в том числе финансовых и административных) ресурсов, без которой все попытки осуществления высокой идеи о формировании позитивного образа территории превращаются в утопию.

По нашему мнению, у каждого человека присутствует насущная потребность осмыслить свое пребывание в том Месте, где он родился, где он живет, установить свою сопричастность данному Месту. В данном смысле можно согласиться с мнением пермского исследователя В.В. Абашеева, который в одной из своих работ подчеркивал, что "...человек не выносит смысловой и ценностной пестроты места, где он живет, ему насущно необходимо его осмысливать и ценностно упорядочивать" [2]. Действительно, расшифровывая культурные коды города, содержащиеся в его архитектурно-ландшафтной среде (улицы, площади, фонтаны, парки, мосты...), ощущая звуки и запахи, мы сознательно, либо неосознанно, взаимодействуем с ним. Результатом этого взаимодействия становится создание определенной системы образов, формирующих в своей совокупности единый, хотя иногда и противоречивый образ Места.

Развитие представлений о городе как о Месте, имеющем не только реальную (мате-

риальную, объективно существующую) компоненту, но и воспринимаемую (существующую в сознании людей), отраженную в современных категориях "образ Места" и "душа города" в отечественной историографии справедливо связывают с трудами Н.П. Анциферова, Ю.М. Лотмана, В.Н. Топорова, В.М. Немчинова и Д.С. Лихачева и др. На настоящем этапе данное направление успешно развивается представителями Международной ассоциации семиотики пространства. Можно отметить работы В.В. Абашеева, Д. Буркхарта, Г.Д. Гачева, В.В. Колесова, Г.М. Лаппо, Д.Л. Спивака, Т.П. Фокиной и др.

Интересный опыт анализа пространственных характеристик городской культуры накоплен в рамках географических наук, в частности – в области когнитивной географии, аксиологической географии, географии городов, а также культурной и гуманитарной географии, представленной трудами Ю.А. Веденина, Д.Н. Замятина, В.Л. Кагановского, В.Н. Калущкого, М.Е. Кулешовой, О.А. Лавреновой, Б.Б. Родомана, Р.Ф. Туровского и др.

Обозначая предмет гуманитарной географии, Д.Н. Замятин обращает внимание на то, что "Наряду с географическими образами, в понятийную базу гуманитарной географии входят основополагающие понятия культурного ландшафта, региональной (пространственной, локальной) идентичности, пространственного мифа" [3]. По мнению Д.Н. Замятина, "...любой город, местность, культурный ландшафт может рассматриваться...как хранилище потенциальных образов/карт, актуализируемых по мере потребности теми или иными людьми, коллективами, социальными группами" [4].

Значительный вклад в развитие представлений об образах пространства, в частности – городского, внесли работы теоретиков архитектуры, таких, как А. В. Иконников, А.Г. Габричевский, А.Э. Гутнов, А.А. Высоковский, Г.З. Каганов, А.Г. Раппапорт, Г.С. Лебедева, Е.И. Россинская и др. Так, например, по мнению Г.З. Каганова, "в сознании любого обывателя любой среды обязательно существует образ этой среды. Без него невозможно адекватное средовое поведение...Такой средовой образ составляет неотъемлемую часть самого обитания в среде и потому возникает непреднамеренно и изменяется вместе с изменением среды и обитателя. Понятно, что такой образ остается противоречивым, всегда незавершенным и почти не получает внешне-го выражения в специальных знаковых сред-



ствах, но объективно выражается в стратегиях поведения" [5]. С последним утверждением можно поспорить. Все-таки некоторые грани этого смутно осознаваемого большинством горожан образа находят свое яркое выражение в произведениях искусства, в изобразительном искусстве, художественной прозе и поэзии. При этом сам автор, продолжая свои размышления, приходит к выводу о том, что конструирование образа среды специальными знаковыми средствами не только возможно, но и желательно.

Один из центров исследования образно-пространственных характеристик бытия городской культуры сложился в Омске. В последнее время стремление осмыслить метафизическое, семиотическое бытие Места вылилось у омичей в форму организации интересных тематических проектов, организуемых такими учреждениями, как Сибирский филиал Российского института культурологии, городской музей "Искусство Омска", Государственный областной художественный музей "Либеров-центр" и др. Соответственно, в настоящей публикации хочется, прежде всего, отметить такие конференционно-выставочные проекты, как "Сибирский сад – территория мечты (Омск, 2004 г.), "Реки Сибири и их образы в динамике природного и культурного ландшафта" (Омск, 2005 г.), "Образы территорий как социокультурный ресурс. Изучение, конструирование, репрезентация" (Омск, 2008 г.) и др. Среди омских ученых, занимающихся исследованием образно-пространственных характеристик города, можно отметить работы Г.В. Горновой, Г.Ю. Мысливцевой, В.Г. Рыженко, В.Ф. Чиркова и др. Особенно хотелось бы отметить коллективный труд В.Г. Рыженко, В.Ш. Назимовой, Д.А. Алисова "Пространство советского города (1920-е – 1950-е гг.): Теоретические представления, региональные социокультурные и историко-культурные характеристики (на материалах Западной Сибири)" (Омск, 2004 г.) и учебное пособие Ю.Р. Гореловой "Облик и образ города: теория и практика культурологического анализа" (Омск, 2011 г.). В данных работах широко используются возможности междисциплинарного подхода и принципы историко-культурных исследований.

По нашему мнению, образ города должен рассматриваться как совокупность двух подсистем – отражаемой (визуально-воспринимаемой, складывающейся из особенностей архитектурно-ландшафтной среды) и отраженной (бытующей в сознании горожан, являющейся,

по сути, рефлексией личностей и сообществ, населяющих данное пространство).

Образ – способ взаимодействия человека и мира, посредник между сознанием человека и внешней реальностью. Образы, с одной стороны, создаются самим человеком, с другой стороны, формируют его восприятие окружающей реальности. Воспринимая предмет или явление, человек всегда соотносит результаты своего непосредственного восприятия со всей совокупностью собственного социокультурного опыта (установками определенной культуры, социума, стереотипами сознания, результатами восприятия других людей, запечатленных в литературных художественных, либо научных текстах, в изобразительном искусстве, транслируемых через СМИ и т.д.). Исходя из собственного опыта и определенной ситуации, человек отбирает, организует и наделяет значением то, что видит. Будучи сформированным, образ начинает ограничивать круг воспринимаемого, что-то подчеркивать, что-то ретушировать. В результате образы одних и тех же предметов и явлений могут существенно различаться в разных социокультурных средах и в разных ситуациях.

Формирование образа города, с одной стороны, выступает необходимой предпосылкой успешности коммуникативного процесса между человеком и окружающей его городской средой, с другой стороны, – является результатом этого процесса. На формирование образа всегда имеют влияние такие факторы, как "Место", "Время" и "Ситуация". Ситуации очень часто могут диктовать стереотипный способ восприятия и поведения. Если понятие ситуации характеризует деятельностный аспект среды, то понятие "Места" характеризует пространственный аспект. При этом "Место" нельзя свести только к пространственным характеристикам. Любое место – всегда пространство деятельности, а деятельность всегда предполагает смысл, так что "Место" – это пространство, наполненное смыслом (смыслами). Смыслы, которыми человеческое сознание наделяет те или иные места, могут быть как индивидуальные, так и общепризнанные, закрепленные в культуре. При этом следует учитывать, что разделение этих параметров возможно только в теоретическом пространстве исследования, в реальности они нераздельны. Особо ярко данная тенденция проявляется в восприятии достопримечательностей, когда исторический, культурный и социальный контекст сливаются с конкретным пространством, образуя гармоничную целостность.

Использование категории "образ" для анализа городской среды позволяет исследователям актуализировать те или иные аспекты и характеристики среды. Во-первых, посредством категории "образ" возможно соединение мира материальных вещей и явлений с миром идей. Во-вторых, образ выступает закономерным результатом саморефлексии, переживания себя в окружающем мире. В-третьих, категория "образ" позволяет высветить культурную обусловленность моделей восприятия окружающего пространства. При формировании образа происходит соотнесение внешне воспринимаемой картинки (облика города) с системой уже существующих в сознании человека культурно и социально обусловленных стереотипов восприятия и мышления. Процесс формирования образа всегда связан с концентрацией, сгущением определенных представлений. Образ представляет собой систему наиболее ярких и мощных по выразительности знаков, символов, представлений и характеристик, отражающих сущностные черты чего-либо (в частности города).

Образ, в каком-то смысле, является визуальной декларацией действительности. С одной стороны, он всегда основывается на реальных явлениях, вещах и событиях. С другой стороны, образ показывает не столько то, как это событие (явление, человек, вещь) существует в действительности, сколько то, как оно отразилось в сознании конкретного человека, социальной группы, народа или даже всего человечества. Образ одного и того же города в восприятии разных людей предстает по-разному. Пространство города – это вмещилище кодов, знаков, иллюзий и мифов. В этом смысле у каждого свой Омск (Москва, Петербург, Самара...). При этом можно предположить, что существует некое ядро образа конкретного города, идентичное для большинства его жителей. Это достигается за счет существования в каждом городе нескольких наиболее значительных в семиотическом отношении доминант, выступающих в качестве главных идентификационных маркеров конкретного пространства. Данная позиция в своей основе опирается на представления о городе как о целостном тексте, в котором всегда есть места, обладающие, в сравнении с другими, повышенной знаковойостью. Говоря о семиотическом пространстве Омска, несомненно, к таким ключевым объектам следует отнести архитектурный ансамбль ул. Ленина (Любинский проспект), здания Драматического и Музыкального театров, ансамбль площади у Реч-

ного вокзала, здание областной научной библиотеки им. А.С. Пушкина и др. Данные образные композиции или отдельные их элементы воспроизводятся в качестве визитных карточек города, используемых как в рамках городского пространства, так и за его пределами. В данном случае речь идет о размещении информации на правах социальной рекламы (плакаты и растяжки, постоянные и приуроченные к праздничным датам), использование этой символики при проведении в Омске общегородских, региональных, общероссийских и международных научных конференций, фестивалей и т.д. Интересно и то, что в данном случае мнения управленцев, реализуемое как раз в формах социальной рекламы и при проведении официальных мероприятий совпадает с мнением горожан. Серия пилотных социологических исследований, проведенных в Омске в 2012 году [6], показала, что в качестве визитной карточки города омичи чаще всего (первое место, наибольшее количество выборов) отмечали здание Драматического театра, второе место поделили между собой Любинский проспект и Комплекс Омской крепости. Третье место – здание Музыкального театра. Кроме того, в качестве визитных карточек отмечались здание и площадь у Речного вокзала, Иртышская набережная и здание областной библиотеки им. А.С. Пушкина.

На Комплексе Омской крепости необходимо остановиться более подробно, потому как этот проект как раз является примером удачной реализации принципов культурной политики в смысле формирования позитивной культурной идентичности, яркого образа Места и сохранения культурного наследия и культурной памяти. Проект "Омская крепость" был реализован "в целях достойной встречи двадцать первого столетия и создания полноценной комплексной культурно-исторической среды города Омска – центра региона, возрождения духовности, патриотизма, нравственности и формирования самосознания, гордости и ответственности граждан за развитие родного края" [7]. В рамках реализации данного проекта Главомска архитектурой была разработана схема градостроительного развития и реконструкции центральной части города Омска, областным комитетом по культуре и искусству, департаментом по культуре и искусству и общественностью города разработана программа регенерации исторической среды центра города Омска с учетом возрождения исторических топонимов, установки памятников и памятных знаков, мемориальных досок,

увековечивающих деятельность и пребывание в городе известных людей, событий, связанных с историей развития Омского региона.

В 2007 году на градостроительном совете рассматривался проект застройки территории "Старая крепость" (автор А.В. Бегун, в границах современных улиц Таубе – Красина – Набережная Тухачевского). В 2008 году по инициативе департамента архитектуры и градостроительства Градостроительным советом были рассмотрены предложения по формированию охранных зон объектов культурного наследия в исторической части Омска, в том числе на территории крепости. В 2009 году была проведена реставрация Тобольских ворот – памятника федерального значения, представляющего историческую и архитектурную ценность. Восстановление памятника осуществлено на средства федерального бюджета в рамках целевой программы "Культура России".

В 2009 году мэром Омска В. Шрейдером утверждено решение о реконструкции историко-культурного комплекса Омской крепости. Проект реконструкции комплекса Омской крепости предполагал: восстановление исторической планировочной структуры, а именно обозначение контура крепости, частичное восстановление земляных валов, обозначение контура крепости (на данный момент не реализовано); воссоздание исторической городской среды – воссоздание каменного мощения улиц (реализовано); благоустройство городской среды – пешеходные дорожки, фонари и т.п. (реализовано), реконструкцию набережной Оми с установкой памятника Бухгольцу (набережная реконструирована, памятник не установлен); возвращение прежних названий улицам (в границах комплекса реализовано); реконструкцию существующих и воссоздание утраченных памятников истории и культуры. В частности были воссозданы Иртышские и Омские ворота, было реконструировано здание денежной кладовой; предполагается воссоздание Воскресенского собора, реконструкция зданий казарм начала XIX века и др. Проект неоднократно обсуждался на Градостроительных советах. Активное участие в разработке проекта, кроме специалистов департамента архитектуры и градостроительства г. Омска, принимали представители общественности, в частности члены общества ВООПИиК (А.М. Каримов, Ж.М. Хахаева, И.Л. Коновалов и др.).

В 2009 году по инициативе Администрации города Омска в целях сохранения и популяризации исторического наследия был создан Историко-культурный комплекс "Омская кре-

пость", основу штата которого составили профессиональные экскурсоводы и научные сотрудники, обеспечивающие приобщение горожан, жителей области и гостей города к истории родного края, посредством проведения экскурсий и организации выставок. В данный момент на территории комплекса ведутся работы по реконструкции отдельных зданий, что позволяет увидеть своими глазами процесс воссоздания архитектурного облика северо-западного сектора Второй Омской крепости. В историко-культурном комплексе для различных категорий жителей города и области проводятся такие экскурсии, как: "Обзорная экскурсия "Прогулки по старой крепости", "История Омских храмов" (автобусная/пешеходная), "Третья столица", "Улицы старой крепости". Ежедневно в свободном доступе (вход бесплатный) находятся экспозиции: "История основания города Омска"; "Возрождение" – предметы, найденные при реконструкции зданий Второй Омской крепости; Фотовыставка "К 100-летию Первой Западно-Сибирской сельскохозяйственной лесной и торгово-промышленной выставки 1911 года" и др. На территории комплекса работает кинозал (МУК "Кино-досуговое объединение"), где любой желающий бесплатно может посмотреть фильмы о городе Омске. Учреждение имеет свой персональный сайт, на котором выложена как информация об истории и услугах данного учреждения, так и материалы по истории первой и второй омских крепостей.

Проект "Омская крепость" является и примером гармоничного взаимодействия интеллигенции и администрации, именно интеллигенция как наиболее рефлексирующей части городского социума, как правило, принадлежит роль главного генератора ценностей Места. Несомненно, каждый человек сознательно или неосознанно, но необходимо выстраивает свои отношения с тем Местом, где он живет. Заслуга художников, поэтов, писателей и других представителей творческой интеллигенции состоит, прежде всего, в том, что они способны транслировать свое видение во времени и пространстве, фиксируя в изобразительных, литературных или музыкальных образах.

В данном случае, нам хотелось бы вспомнить размышления по этому поводу Н.П. Анциферова, всецело разделяя его мнение о том, что "...для понимания души города мало своих личных впечатлений, как бы ни были они пережиты правдиво и сильно. Необходимо воспользоваться опытом других, живших и до нас, знавших город в прошлом" [8]. По его мнению,

"Отражение города в душах наших художников слова не случайно, здесь нет творческого произвола ярко выраженных индивидуальностей. За всеми этими впечатлениями чувствуется определенная последовательность, можно сказать, закономерность" [9]. Развивая эту мысль, автор замечает, что никто так не может выразить образ города, как художник слова, "ибо ему наиболее доступно целостное видение города, которое может привести к уяснению его идеи. Художник-мыслитель может найти логос города и передать его в художественной форме" [10]. Таким образом, субъективность и яркость личностных переживаний представителей творческой интеллигенции не умаляет объективной значимости создаваемого ими образа Места, а наоборот, дает субъективной данности Места возможность раскрыться во всей своей красоте и многогранности.

При этом творческая интеллигенция ориентирована, прежде всего, на создание именно художественных образов. Структура данных образов сложна. На разные категории населения влияние этих образов проявляется в разной степени. Художественные образы обладают особой яркостью, насыщенностью, способностью оказывать сильное эмоциональное воздействие. В данных образах параллельно с чертами реальных пространств переплетаются черты пространств вымышленных, рожденных творческой фантазией авторов. Художественное восприятие предполагает отсутствие автоматизма, свойственного повседневному восприятию города. Художественное видение – это особый, более тонкий взгляд, который в силу высвечивания отдельных деталей, особой колористики и других художественных приемов дает возможность по-новому увидеть в каком-то смысле приевшиеся или по крайней мере давно знакомые объекты и фрагменты городской среды. Важно также осознать, что произведения искусства являются даже не столько отражением самой действительности, сколько продуктом представлений о ней конкретных людей – художников, поэтов и др. Художественные образы сохраняют известную автономию от своих прообразов – тех реальных пространств и объектов, которые послужили материалом для художника и писателя. Пространственные образы среды формируются по законам художественного творчества, выражаются посредством специальных художественных приемов, методов и форм, и посредством особых изобразительных или словесных кодов хранятся и

транслируются в культуре. Художественные образы, в отличие от образов обыденного сознания, легко отчуждаются от своего создателя и хорошо транслируются.

Не следует забывать, что на восприятие городской среды значительное влияние оказывает и информация об объектах среды, событиях, людях и т.д. В данном случае значимым фактором формирования образа становятся научные и научно-популярные тексты о городе. Образы, реализуемые в научных, научно-публицистических и учебных текстах, как правило, в отличие от художественных, четко очерчены и структурированы в соответствии с позицией автора и целями и функциями конкретного издания. По мнению Д.Н. Замятина, можно выделить несколько основных стратегий создания образов пространств в результате интеллектуальной деятельности. Стратегия первая – когда исследователь сам создает образы территорий силой своих интеллектуальных усилий. "Первая стратегическая позиция определяет исследователя как машину по производству образов. Находясь на конкретной территории, исследователь работает преимущественно с полем собственного сознания... в рамках которого создаются специфические знаки, символы, стереотипы, сочетания образов. Интерпретация в этом случае преобладает над репрезентацией" [11]. Вторая стратегия – образная активизация реальности путем различных социологических опросов, анкетирования, интервью. Репрезентация выступает на первый план. Третья стратегия – исследователь работает с уже готовыми, так или иначе проявленными репрезентированными и интерпретированными образными системами.

Однако во многом влияние и художественных образов пространства и образов, реализуемых в научных и научно-популярных текстах, на массовое сознание зависит от развития художественной жизни в обществе и специфики реализации культурной политики на определенном этапе. В данном случае нельзя переоценить роль управленцев, которые играют значительную роль, как в оценке существующей среды, так и в формировании ее новых качеств. Именно этот слой общества выступает заказчиками, чьи вкусы зачастую определяют "моду" на архитектурный стиль и оформление среды. Кроме того, их мнение широко тиражируется и освещается в СМИ и издательской деятельности.

Для прояснения роли различных субъектов городской культурной жизни и культурной политики в формировании, трансляции и потреб-

лении образов полезно будет обратиться к типологии образов.

Образы (в частности образы города) можно классифицировать по различным основаниям.

1. Классификация по источникам происхождения образов.

1.1. Образы, создаваемые и реконструируемые СМИ (газеты, журналы, радио, телевидение, Internet). Данная группа образов обладает такими характеристиками, как: несложная структура, высокая целенаправленность; использование распространенных стереотипов; высокий уровень изменчивости (нестабильность).

1.2. Образы, создаваемые в художественных текстах, в том числе образы, реализуемые в литературных художественных текстах (прозе, поэзии), в изобразительном искусстве (живопись, графика...) и художественной фотографии, в музыке, театре, кино- и видеотворчестве.

1.3. Образы, реализуемые в научных, научно-публицистических и учебных текстах.

2. Классификация по содержательно-генетическому признаку (этот вариант учитывает содержательное происхождение либо образа в целом, либо отдельных его элементов).

2.1. Образы, ядро которых составляют ландшафтно-географические знаки и символы. Например, Омск – город на слиянии рек; город-сад; равнинно-степной город).

2.2. Образы, центрованные вокруг культурного героя Места (личности, связанной со значимыми историческими и культурными процессами и событиями как реальными, так и мифическими). Например, в случае с Омском, к таким культурным героям можно отнести И.Д. Бухгольца, Ф.М. Достоевского, М.А. Врубеля, А.В. Колчака и др.

2.3. Образы, основой которых является значимое событие, факт социально-экономической, политической или художественной жизни страны (региона) или значимая характеристика данного пространства в масштабах страны (региона). Например, Омск – столица России (при Колчаке), Омск – город миллионник, город с развитой нефтехимической и оборонной промышленностью и др.

3. Классификация по целевой аудитории.

3.1. Образы для "внешнего пользования" – известные за пределами города, региона, страны (Образ Омска в общероссийском и мировом пространстве).

3.2. Образы для "внутреннего пользования" – распространены в ареале объекта (образ Омска для омичей).

4. Классификация по масштабу отраженных в образах объектов (образы цивилизаций, стран, регионов, городов, районов городов, кварталов, дворов, зданий).

5. Классификация по историко-хронологическому принципу (образы одного и того же Места в разные исторические эпохи и периоды во взаимосвязи с историческим контекстом).

6. Позиционная классификация (в соответствии с позицией создателя, ретранслятора образа).

6.1. Образ объекта, создаваемый представителями источника-носителя образа (образ Омска, создаваемый омичами).

6.2. Образ объекта, создаваемый людьми, не относящимися к источнику-носителю образа (например, образ Омска, создаваемый жителями других городов России и иностранцами).

Критерий длительности проживания в городе традиционно является значимым, так как образ города в сознании человека формируется постепенно. Визуально воспринимаемый облик объектов складывается в некоторую систему на протяжении какого-то промежутка времени. На этом основано вычленение таких групп, как жители города и иногородние. Восприятия туриста и жителя города будут определено различаться, что не означает, что образ приезжего менее верен, или наоборот, образ города в сознании жителей искажен в силу "замысленности" взгляда. Просто необходимо различать данные модификации образа города.

Говоря об омичах как об отдельной группе, необходимо сделать целый ряд уточнений и замечаний. В рамках данной широкой категории можно выделить несколько групп, образы которых могут существенно различаться. Первая группа – это профессионалы – создатели облика города или "отражаемого пространства" (архитекторы, дизайнеры). Вторая группа – создатели художественного образа – "отраженного пространства" (художники, поэты, писатели). Третья группа – профессиональные ценители и критики (это искусствоведы, музейщики, преподаватели соответствующих специальностей вузов, причем в том числе и художники, скульпторы, способные конструировать и осуществлять профессиональную критику образов, рожденных творческими практиками архитекторов, а кроме того историки, краеведы, филологи, профессиональные знания которых позволяют вычленять образные характеристики среды из художественных и литературных текстов, анализировать, вво-

дять в научный и широкий оборот, делать фактами гласности и таким образом корректировать существующие образы среды). Четвертая группа – представители власти – создатели и трансляторы официального образа. Последняя группа – это основная масса горожан, которые в большей степени являются потребителями образов, созданных представителями перечисленных выше групп.

Характеризуя особенности профессионального восприятия архитекторов следует отметить, что активная позиция профессионала проявляется, прежде всего, в анализе, который идет глубже уровня "нравится – не нравится", хотя и этот уровень присущ архитекторам, которые одновременно являются не только творцами, но и потребителями. Архитектор как человек, профессионально работающий с объемом и формой, прежде всего, видит объектно-пространственные характеристики города, а фактор ситуации часто упускается им из вида, тогда как, например, историк-краевед, прежде всего, видит фактор ситуации, а форма его интересует в меньшей степени.

Основная масса горожан взаимодействует с городом непосредственно в процессе жизни и деятельности и скорее редко, чем часто позволяет себе созерцательное и оценочное отношение к той среде, которая их окружает. Жизненная значимость тех или иных мест для большинства людей является стержнем, на который нанизываются все остальные характеристики среды. Повседневный образ города особенно труден для выявления, так как чаще всего не осмыслен и специально не закреплён.

Говоря о повседневном образе города следует учитывать, что наиболее освоенная часть городского пространства – непосредственное окружение жилья и территория в границах ежедневно прокладываемых маршрутов – является территорией, воспринимающейся автоматически. Однако утрату (изменение) данной территории люди воспринимают наиболее болезненно. Центр города – общее для всех пространство. Представление об этой части города менее детально, но в целом знакомо всем. Центр традиционно является своеобразным эталоном оценки иных территорий города. При этом у жителей центра оценка окраин по преимуществу негативна. Жители периферийных районов, признавая недостатки окраин как таковых по сравнению с центром, как правило, по поводу района своего проживания утверждают, что конкретно их район "не так уж плох" в сравнении с другими окраинами. Представление жителя периферийных рай-

онов о городских окраинах значительно богаче, чем представление жителя центра, более очевидна связь между периферийными районами.

Представители властных структур и администрации играют значительную роль как в оценке существующей среды, так и в формировании ее новых качеств посредством заказа на определенный стиль. Создаваемый представителями власти официальный образ – это модификация коллективного образа города. Этот образ несет в себе черты художественного образа, иногда может поддерживать существующие в массовом сознании стереотипы восприятия среды, наполнен символической составляющей. Выбор мест и объектов, входящих в официальный образ, далеко не случаен. Все они имеют определенное значение в масштабах данного города и в соответствии с социокультурными стереотипами определенного времени. Принципиальное качество официального образа – его быстрая реакция на изменения политического и идеологического курса. На всех этапах развития города официальный образ прирастает новыми и новыми объектами, параллельно те места и объекты, которые утрачивают свою идеологическую значимость, также легко исключаются, исчезают. Официальный образ акцентирует внимание лишь на позитивных чертах и намеренно обходит вниманием негативные. Географически официальный образ охватывает преимущественно центральный район в силу сосредоточения в нем административной, культурной и деловой жизни города. В структуре официального образа большую роль играют достопримечательности, в связи с чем можно признать, что он архитектурен. При этом окружение данных объектов, подчас имеющее значительное влияние на их восприятие, уже выходит за границы официального образа.

Таким образом, следует признать, что любая пространственно-территориальная общность (страна, город, регион) имеет свой образ, в той или иной степени идентичный для большинства представителей данной культурной общности. Образ территории реализует себя как диалектическое единство двух подсистем: существующей в объективной реальности и складывающейся из особенностей архитектурно-планировочной среды и природно-ландшафтных характеристик, и бытующей в сознании горожан и определяемый совокупностью образов-символов и мифов. При этом необходимо признание особой роли го-



родской интеллигенции, представителей управленческой элиты и СМИ как субъектов, формирующих и транслирующих образы среды, а также признание необходимости целенаправленного формирования образа Места как одной из актуальных задач культурной политики в целях формирования позитивной культурной идентичности населения города (региона).

Примечания:

1. Генова Н.М. Философские аспекты формирования культурной политики региона : автореф. дис. ... канд. филос. наук. – М., 2003. – С.12.
2. Абашеев В.В. Пермь как текст. Пермь в русской культуре и литературе XX в. – Пермь, 2000. – С. 5.
3. Замятнин Д.Н. Культура и пространство: Моделирование географических образов. – М., 2006. – С. 10.
4. Замятнин Д.Н. Указ. соч. – С. 56.
5. Каганов Г. З. К вопросу об образе среды // Городская среда : сборник материалов Всесоюзной научной кон-

ференции ВНИИТАГ и СА ССР. – М., 1989. – Ч. 1. – С.17.
6. В исследовании приняло участие более 200 омичей. Исследование включало в себя серию экспертных интервью и опросов лиц, профессионально подходящих к восприятию среды (архитекторы, художники) и опросы различных категорий простых горожан (при этом при формировании выборки учитывались факторы пола, возраста, образования, профессии, проживания в определенном районе города и длительность проживания в городе).

7. Постановление Главы администрации (губернатора) Омской области № 370-п и Главы городского самоуправления (мэра) г. Омска № 275-п от 25 августа 1997 г. "О создании культурно-исторического общественного центра "Омская крепость".
8. Анциферов Н.П. Душа Петербурга. – Петербург, 1922. – С. 38.
9. Анциферов Н.П. Указ. соч. – С. 39.
10. Там же. – С. 46.
11. Замятнин Д.Н. Указ. соч. – С. 302.