

Художественная культура городов как фактор геобрендинга

Для современной цивилизации процессы территориального брендинга актуальны. Художественные процессы могут являться одним из его инструментов, поскольку территории выступают теми распространенными типами систем, в которых существует художественная культура. Регион понимается нами как уникальная среда, «историко-культурная область», как «полисферное образование, включающее в себя (потенциально) геосферу, ойкумену и этносферу, техносферу, ноосферу» и обладающее специфическим социокультурным, духовным и художественным потенциалом (А. Левинтов). Г. Казакова характеризует регионализм как новый научный принцип и вводит понятие «культурный регион». Данный термин описывает «пространственно-временной комплекс с особой неповторимой конфигурацией черт, необходимой для воспроизводства, самоопределения и осуществления человеческой деятельности индивидуумов определенного регионального типа, сформировавшегося как результат природно-ландшафтного приспособления, этнически-национальных и социокультурных процессов, протекающих на конкретной территории».

На наш взгляд, культурную регионалистику можно развивать методологическим приемом «регион через города региона». Специфика художественной жизни региона проявляется в том, как города разного масштаба и статуса данной территории влияют (и в какой степени) на формирование региональных художественных процессов. В регионалистике территория (область, край) оказываются теми системами, применительно к которым формируются специфические характеристики художественной жизни. Автор предлагает дифференцировать картину художественной культуры регионального ареала, перейдя от региона в целом к городам данной территории. Это позволяет получить более детализированную картину художественной жизни и попытаться решить проблему, на каком уровне рождается специфика региональной культуры, и решать проблемы брендинга территорий дифференцированно.

В культурном и художественном смысле регион не однороден, а представляет собой некое дискретное пространство, причем культурно однородные ареалы возникают вокруг конкретных городов, которые становятся центрами культурных ареалов, поскольку по своей природе они «окультуривают» окружающее пространство. Статус и количество жителей не являются факторами, однозначно определяющими культурное значение города. Определяющими являются исторические и культурные факторы. Значение административной структуры сохраняется, поскольку она иерархично скрепляет территорию по

оси «центр-периферия» на основании институциональной оснащенности культурной жизни. Однако содержательно и внеинституционально культурная жизнь не столь централизована, она плюралистична и определяется культурной жизнью городов региона.

Соотношение регионов и городов, расположенных на территории региона, очень красноречиво показано С. Б. Синецким. Границы административно-территориальных образований не совпадают с границами культурных ареалов: «В границах одних и тех же административных образований, природных ареалов существует множество типов культур, которые не признают административных границ. Культурные регионы накрывают собой территории» [1: 13]. Под культурными ареалами предлагается понимать «стабильные, административно неограниченные пространства-ареалы, внутренняя устойчивость которых определяется однородностью существующей здесь культурной среды» [3: 47–48].

При уменьшении масштаба изучаемой системы, т. е. при переходе от региона к городам данной территории, наблюдаются те же системные связи, что между общероссийским уровнем и региональным. Культура региона соотносится с культурой городов регионального ареала как общее и специфичное («особенное») соответственно.

Культура городов детерминирована региональным целым и, наоборот, художественная культура региона обусловлена определенным типом художественной культуры, сформировавшейся в городах территории.

Рассмотрим отдельно города разного статуса. Характеризуя пространственное измерение региональной художественной культуры, мы оперируем распространенной социолого-демографической типологией городских сообществ, которая делит их на «крупные» (до 500 тыс.), «средние» (до 150 тыс.) и «малые» (до 50 тыс.) города.

В России десяток городов-миллионников и всего два крупнейших города, которые можно назвать мегаполисами. Если вынести за скобки последние, то можно говорить об общих проблемах этого класса городов, назвав их крупными. В подавляющем большинстве случаев крупные города являются административными центрами регионов. Пространственная организация городов этого класса обнаруживает, что они являются разросшимися средними городами с удорожанием транспортной и инженерной инфраструктур, оторванностью новых промышленных районов от старого городского ядра, расчлененностью новых жилых массивов на фоне растягивания коммуникаций.

Художественная культура крупных городов одновременно детерминирована и индетерминирована социально-экономическими и средовыми аспектами их существования. В условиях крупных городов с большей или меньшей степенью полноты наличествуют и функционируют все системные элементы художественной культуры. Здесь существует своя система подготовки специалистов

художественного профиля, работают творческие объединения и союзы, т. е. в институциональных и неинституциональных формах существует творческая среда и художественная критика. Крупные города располагают широкой сетью разножанровых учреждений культуры всех видов искусства, вокруг которых сформировались широкие, устойчивые и стратифицированные круги зрительской аудитории. Если характеризовать содержание художественных интересов жителей крупных городов, то можно сказать, что и элитарное классическое, и популярное массовое, и малохудожественное китчевое искусство имеют свою аудиторию. Крупные города отличаются тем, что экспериментальное искусство, авангард тоже находят здесь своего зрителя. Учреждения культуры включены в общественную жизнь, стали неотъемлемой частью городской среды и повседневной жизни горожан. Применительно к городам описываемого кластера можно утверждать, что институты художественной культуры составляют заметную и весьма привлекательную часть городского имиджа. Такую картину художественной культуры можно назвать полнокровной и разнообразной. С разной степенью полноты эта ситуация реализована в крупных региональных центрах.

Иерархическая организация социального пространства порождает ситуацию, когда в регионе есть только один такой город. Это – региональный центр. Среди городов территории у него нет достойных конкурентов в плане художественной жизни. По сути, значительная часть региональных художественных процессов протекает в региональном центре, не затрагивая города более низкого демографического статуса. Понятно, что в формирование имиджа территории вклад регионального центра значительный, если не сказать решающий. Однако и другие города региона могут влиять на процессы территориального брендинга.

Так называемые средние города, по мнению В. Глазычева, оказались не слишком устойчивой конструкцией. Возникновение и развитие городов данного класса городов происходило на основе узко функционального подхода. По меткому наблюдению ученого, развитие таких городов «трактовалось, в первую очередь, как обеспечение производств рабочей силой, ... ведомственная логика финансирования предполагала акцентировку ... производственного профиля поселений» [2: 56]. Особую роль в судьбе таких городов сыграла эвакуация заводов в военное время, что отпечаталось в структуре городов и осложняет их функционирование по сей день. Специфика средних городов в том, что идея целостности городского организма вступала в неразрешимое противоречие с ведомственной логикой финансирования и организации внутригородских процессов. Городская среда не отличалась разнообразием, а живописные и привлекательные исторические центры приходили в упадок. Понятно, что логика воз-

никновения и существования подобных городов определенным образом отразилась на процессах бытования искусства.

Художественная жизнь средних по размеру городов представляется весьма проблемной. Институциональное воплощение художественной культуры фрагментарно: в образовательной структуре городов нет (или крайне редко) представлены учреждения художественного профиля, не приходится говорить о творческих организациях, непоследовательно и ситуативно существует художественная критика. В целом, творческую среду можно охарактеризовать как разреженную и недостаточно институционализированную. Далеко не все виды искусства представлены в учреждениях культуры: если кинотеатры, библиотеки, музеи есть во всех городах данного статуса, то профессиональный драматический театр – это удел областных центров. Концертные организации и филармонии тоже имеют столичную прописку. Аудитория искусства в средних городах – это узкий круг профессионалов и интеллигенции, посещающих все сколько-нибудь заметные художественные городские мероприятия. Можно утверждать, что художественные интересы находятся на периферии общегородских интересов в целом и слабо коррелируют с функционированием институтов города. Сказанное не отрицает наличия художественных потребностей и интересов у жителей городов описываемого статуса, но содержание и формы реализации этих интересов существенно отличаются от форм приобщения к искусству у жителей крупных городов. Высокая классика, экспериментальное и авангардное искусство имеют более скромную аудиторию, чем в крупных городах. В структуре предпочтений преобладают массовые жанры музыки, литературы, кино. Невозможность удовлетворения художественных интересов в институциональных формах вытесняет их в неинституциональную плоскость. Самодеятельное художественное творчество и домашние формы потребления искусства через СМИ становятся наиболее характерными видами участия в художественной жизни. Это вполне определенное состояние художественной культуры – не профессиональное, а любительское.

Если речь заходит о малых городах, то основная трудность заключается в том, что принятая система статистического анализа, построенная на учете численности населения малых городов, игнорирует индивидуальный характер каждого из них. С одной стороны, малые города – самая проблемная зона городских сообществ, поскольку ни центр, ни регионы не видят в малых городах ресурсов развития. С другой стороны, некоторые из них смогли найти внутренние резервы роста в своей культуре и истории, став привлекательными для любителей познавательного туризма. А это возможно при эффективной имиджевой политике.

Социальная природа малых городов двойственна. Они имеют городской статус и атрибуты городской жизни. С другой стороны, процесс их возникнове-

ния связан с собиранием вокруг себя сельской округи, что у В. Глазычева получило название «слободизации» [2: 46]. Малые города в значительной степени остались деревенской слободкой, с соответствующим образом жизни и характером художественно-эстетических запросов аудитории. Эта имманентная противоречивость небольших городов отразилась в культурной жизни. На проблемы духовной жизни малых городов обратили внимание социологи, изучающие аудиторию искусства провинции. По их наблюдениям, объём и качество культурного обслуживания небольших городов в некоторых случаях уступают не только крупным городам, но и селу [4: 99]. Институциональное наполнение художественной жизни в городах данного масштаба ограничивается клубом, библиотекой, иногда музеем. Содержательно аудитория малых городов ориентирована на фольклор и самодеятельное творчество. В этом смысле классическое искусство в структуре художественных предпочтений у жителей городов данного типа переместилось на периферию интересов. Одновременно декоративно-прикладное творчество, т. н. народные промыслы, является тем видом художественной деятельности, который интересен горожанам, которому они отдают свободное время и который становится не только визитной карточкой городка, но и всего региона. И это заметный вклад в бренд региона.

Очевидно, что методология изучения художественной культуры регионов через города позволяет обнаружить самые проблемные ее узлы. Художественная жизнь регионов и отдельных городов территории крайне неравномерна, излишне централизована, и содержательно отличается в крупных, средних и малых по масштабу городах, представляя иногда полную противоположность. Но, несмотря на все функциональные и структурные различия, центр и периферия регионального культурного ареала предстают единым культурным пространством и связаны друг с другом как взаимодополняющие противоположности. Региональный центр подпитывает средние и малые города территории, которые становятся потребителями художественных ценностей и стандартов, вырабатываемых в центре. Малые города, в свою очередь, создают те художественные практики, которые слабо представлены в крупных региональных центрах. В результате пространство региональной культуры, сохраняя целостность, оказывается структурированным и иерархичным, приобретает качество сложной многоуровневой системы, в которой каждый элемент необходим и ценен.

Формирование имиджа территории в значительной степени определяется региональным центром. Однако и другие города региона могут влиять на процессы территориального брендинга. Несмотря на то, что средние и малые города крайне бедно оснащены институциями культуры, они вносят свой вклад в формирование самобытного художественного облика региона.

Примечания

1. *Бетехтин А. В., Зубанова Л. Б., Синецкий С. Б., Шуб, М. Л.* Социокультурный потенциал Южного Урала: вызовы времени и ориентиры культурной политики. Челябинск: Энциклопедия, 2011.
2. *Глазычев В. Л.* Урбанистика. М.: Издательство «Европа», 2008.
3. *Синецкий С. Б.* Регион в контексте культуры [Текст] / С. Б. Синецкий // Уржумка: Научный журнал. 1997. № 1.
4. Художественная жизнь современного общества. Т. 2. Аудитория искусства в России: вчера и сегодня / Отв. ред. Ю. У. Фохт-Бабушкин. СПб.: Дмитрий Буланин, 1997.

Д. А. Гусенова (Махачкала)

Гастрономический туризм в структуре региональной идентичности Дагестана

Дагестан – уникальный регион, богатый своим историческим наследием, культурными артефактами исторического присутствия дагестанских народностей. По мнению многих туристов, приезжающих на Северный Кавказ, Дагестан в этом отношении выгодно отличается своей самобытностью. У всех «на устах»: Дербент, Кала-Корейш, Кубачи, Ахульго, Гимры.

С учётом слабой развитости внутренней инфраструктуры, отсутствием должного уровня обслуживания, плохим состоянием памятников истории и культуры для развития территории необходим тот вид туризма, который как раз и неприхотлив в этом отношении. Одним из таких интересных направлений развития туризма в регионе может стать гастрономический туризм. В России этот вид туризма только зарождается. Кроме того, в мире это направление не столь популярно и массово, оно служит лишь некоторым дополнением к уже имеющемуся комплексу туристских аттракций.

Целью гастрономического туризма обычно является знакомство с национальной кухней той или иной страны. Гастротуры обычно подразделяют на «сельские» («зелёные») с дегустацией экологически чистых продуктов и «городские», предусматривающие посещение предприятий общественного питания. Если говорить о мировом опыте, то наиболее известными являются французские и болгарские винные туры, голландские и швейцарские сырные туры.

Как нам представляется, наиболее перспективной может стать популяризация прежде всего винного туризма. На территории республики произрастает самое большое количество виноградных плантаций в России, природно-климатические условия столь же благоприятны для выращивания винограда,