

СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА

А.А. Желнина

КРЕАТИВНОСТЬ В ГОРОДЕ: РЕИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПУБЛИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА*

В статье рассматривается новое для российских городов явление — вмешательство «креативной» городской молодежи в благоустройство и трансформацию пространства. Данное явление помещается в широкий международный контекст: в международной социологии все чаще появляются работы, посвященные «самодельному урбанизму» (DIY-urbanism) и креативному вмешательству горожан в трансформацию городского пространства, исследователи отмечают широкое распространение этого явления во многих крупных городах мира. С одной стороны, самодельные городские трансформации рассматриваются как метод востребования права на город (горожане оспаривают доминирующее распределение власти и права формировать пространство), а с другой — как один из эффектов появления «новой богемы», джентри, заявляющих о себе в городском дискурсе. В данной статье рассматриваются разные подходы к креативным городским трансформациям и делается попытка применить их для анализа эмпирических данных из Санкт-Петербурга. Центральной задачей является разработка адекватной аналитической схемы и теоретико-методологического аппарата для осмысления городской креативности. На примере художников, использующих городское пространство как объект приложения своих творческих усилий, демонстрируются две альтернативные позиции и стратегии самореализации в городе. Первый паттерн включает отношение к городской среде — улицам, стенам зданий, дворам — как к выставочной площадке и материалу

* В данной статье использованы результаты, полученные в ходе выполнения проекта «Креативный город: переформатируя публичное пространство», выполненного в рамках Программы «Научный фонд НИУ ВШЭ» в 2013 г., грант № 13-05-0036, а также проекта «Культурное и интеллектуальное производство в российском мегаполисе: негосударственные арт-институции и их публика», поддержан РГНФ (13-33-01302).

Желнина Анна Александровна — кандидат социологических наук, доцент факультета социологии Национального исследовательского университета — Высшей школы экономики (Санкт-Петербург), старший научный сотрудник Центра молодежных исследований (azhelnina@gmail.com)

Zhelnina Anna – Candidate of Sciences (Sociology), Docent at the Department of Sociology, Researcher at the Center for Youth Studies, National Research University — Higher School of Economics (St. Petersburg) (azhelnina@gmail.com)

для своих проектов. Второй паттерн предполагает использование искусства как канала для изменения общества. Для подавляющего большинства наших информантов важным оказался сетевой фактор, что вносит новый эмпирический аргумент в дискуссии о «сетевой креативности» как важного компонента процесса нематериального производства.

Ключевые слова: *DIY-урбанизм, уличное искусство, публичное пространство.*

Введение

Недавние общественно-политические изменения в крупных российских городах пробудили интерес к проблемам публичного пространства, права на город, а также участия граждан в городском развитии. Кроме того, заметно возросло количество гражданских инициатив, направленных на изменения публичного пространства: многие из них привлекают артистические и инновативные подходы к трансформации города, а также элементы партизанской деятельности. В данной статье я обращусь к следующим вопросам: почему вырос интерес к городским изменениям? Кто вовлекается в процесс креативного благоустройства? Каковы последствия этих действий и как они могут быть проанализированы в более широком социально-политическом контексте?

Материалы для статьи были получены в процессе работы научно-учебной группы (НУГ) «Креативный город» и включали в себя интервью с представителями творческих инициатив Петербурга, а также наблюдение в «креативных пространствах». В данном тексте фокус делается только на одном из вопросов проекта, а именно на том, какой эффект оказывает развитие творческих индустрий на городское пространство. В литературе, посвященной творческим индустриям, довольно часто формулируется мнение, что творческие индустрии позитивно влияют не только на экономику городов, где они развиваются, но и на город и общество в целом, стимулируя развитие гуманной и качественной городской среды.

Эмпирическую базу проекта, на которой основана данная статья, составили интервью с представителями творческих индустрий, от которых так или иначе можно было ожидать социального эффекта (они либо создают новые открытые городские пространства, либо активны в медиа, либо заняты каким-либо прямым действием, целью которого является изменение окружающей среды). Выборка на данном этапе исследования опиралась на результаты мониторинга городских сайтов, освещающих деятельность разнообразных городских инициатив. Мы старались обеспечить разнообразие эмпирической базы по идеологической и творческой направленности проектов, однако все инициативы отвечали критерию независимости от государственной поддержки.

В результате было собрано 40 глубинных интервью с представителями креативных инициатив и институций. Данные интервью включали вопросы, призванные реконструировать эго-сети информантов с использованием пакетов для социально-сетевого анализа (Ucinet и ORA).

Таким образом, была гарантирована возможность того, что в наших данных проявится весь спектр позиций по отношению к городу, социальной ответ-

ственности, и мы сможем не только сопоставить данные с описанным в западной литературе опытом «самодельного урбанизма», но и представить комплексную картину развития и интеграции в городскую среду творческих инициатив.

Одной из сложностей работы в поле «городской креативности» является размытость и сложность определения центрального понятия. «Креативность», с одной стороны, модное и часто используемое слово, которое применяется в качестве позитивной характеристики индивидов и проектов, но, с другой стороны, вызывает вопросы, в том числе у наших респондентов, которые нередко критически высказывались о чрезмерном и неуместном употреблении данного понятия. На сегодняшний день «креативность» часто ассоциируется с брендингом и маркетингом мест (Флорида 2002; Лэндри 2006; Визгалов 2008).

В данной статье под «творческими» или «креативными» городскими инициативами понимаются те проекты, которые используют элементы творчества, искусства и дизайна для изменения городской среды. «Креативность» как способность к инновациям позволяет игрокам разрабатывать новые методы достижения своих целей и создавать новые поля взаимодействия с публиками и влияния на процесс городского развития: инновационный активистский дизайн-проект для публичного пространства или разработка альтернативной системы движения транспорта в этом контексте рассматриваются как «креативные».

Анализ материалов интервью позволил выделить среди наших информантов, представляющих очень разные творческие инициативы, две группы, по-разному рассматривающие городское пространство. Для одних город был пространством реализации собственных проектов, выставочной площадкой, для других — каналом для изменения общества. Практически для всех участников опроса важным оказался сетевой фактор: хотя это достаточно очевидное наблюдение, когда мы говорим о нематериальном производстве, это также согласуется с наблюдениями за сферой творческого производства, описанными в западной литературе. В частности, современные творческие профессии предполагают включенность производителей в профессиональные сети, благодаря которым становится возможным не только формирование репутаций (Becker 1984), но и циркуляция поддержки, заказов и других ресурсов, обмен опытом. Концепцию «сетевой креативности», в частности, вводят Стефани Тэйлор и Карен Литтлтон в своей книге, посвященной творческой субъективности (Taylor, Littleton 2012). Профессиональные сети становятся главной опорой и инфраструктурой для развития сферы творческих индустрий в Санкт-Петербурге, особенно независимых, не получающих постоянной поддержки со стороны городской администрации или крупных бизнес-структур. В условиях системной нестабильности сети становятся основным способом мобилизации ресурсов развития креативных индустрий и укрепления их позиций. При этом сети характеризуются также тем, что циркуляция ресурсов в них контролируется не какими-либо формальными правилами, а сильными агентами в сети, которые выполняют роль гейткиперов.

Интересно, что по нашим первым наблюдениям, в формирующемся новом пространстве, альтернативном пространству традиционного искусства, осо-

бенно велика роль тех людей и институций, которые занимаются посредничеством между разными участниками поля. То есть в условиях структурной нестабильности значение посредников растет — поскольку они держат в руках тот самый главный сетевой ресурс. В пространстве интересующего нас арт-активизма это становится особенно важно, поскольку эта область междисциплинарна, экспериментирует с сочетаниями разных профессионалов в проектах, что требует установления связей между ранее изолированными сферами (искусством, наукой, активизмом). На стыке этих традиционно разделенных сфер и возникает новая реальность, которую трудно обозначить каким-либо термином.

Представители этого сегмента творческих инициатив часто имеют свое, альтернативное видение того, как должен выглядеть город и общество. В международном контексте существуют исследования, посвященные роли творческих инициатив в городской трансформации, причем некоторые авторы описывают большое их разнообразие, варьирующее от «чистого сопротивления и оспаривания» до «благоустройства публичных мест» (Visconti et al. 2010). В российской ситуации особый интерес представляет помещение творческих трансформаторских инициатив в политический и социальный контекст больших российских городов, где они становятся одним из форматов участия горожан в общественно-политической жизни в условиях дефицита других каналов участия.

В данной статье предпринимается в первую очередь попытка разработки адекватной аналитической схемы и теоретико-методологического аппарата для анализа эмпирического материала, поэтому фокус смещен с анализа эмпирических данных на адаптацию существующих объяснительных схем, разработанных на иностранном материале, для конкретных эмпирических наблюдений в Санкт-Петербурге.

«Город в городе», политизация и самодельный урбанизм

В контексте новых творческих инициатив городской трансформации нередко вспоминают об одном из центральных концептов критической городской социологии, введенном в обиход Анри Лефевром (Lefebvre 1996): «право на город» все чаще появляется не только в профессиональных публикациях, но и в популярных медиа. Демократические инициативы описываются как способ участия горожан в политическом процессе, затрагивающем их среду обитания, в ситуации узурпации их права на город со стороны крупного бизнеса и городских администраций. В итоге горожане вынуждены маневрировать и искать пути заявить о своем праве участвовать в принятии решений относительно городского развития, в том числе посредством креативных, на первый взгляд, иногда аполитичных, инициатив прямого действия.

Понятие права на город часто применяют исследователи городских общественных движений, однако это понятие может применяться и для описания новых политических феноменов, выходящих за рамки традиционных институтов политического участия. Так, Дэвид Харви определяет право на город достаточно широко, что позволяет увидеть в этом понятии больше, чем просто

возможность граждан влиять на ситуацию путем мобилизации в рамках общественных движений: «Право на город, таким образом, это нечто большее, чем просто право индивидуального доступа к ресурсам, которые город воплощает: это наше право менять самих себя, меняя город так, как нашей душе угодно» (Harvey 2003: 939).

Это определение позволяет включить в требование права на город не только общественные движения, но и неформальные городские действия, которые иногда могут казаться рутинной, но фактически являются апроприацией права на город через прямые действия и трансформацию городской повседневности.

Можно сказать, что то воздействие, которое оказывают творческие инициативы на городскую среду, является их способом затребовать свое право на город, трансформировать собственную среду обитания в соответствии со своими ценностями и предпочтениями. Но этот процесс имеет и свои ограничения: так, наши эмпирические данные показывают, что у активистов может быть достаточно четкое представление о том, каким они хотят видеть город, которое не является универсальным, — они говорят и действуют как представители определенной социальной среды, реализуя свое культурно и социально специфическое представление о городе. Тем не менее, именно креативность и способность адаптироваться к новым меняющимся условиям делает эту группу сильным агентом на поле городских трансформаций.

Если поместить изучаемое нами явление в более широкий контекст городской теории, открываются интересные перспективы для понимания места креативности горожан в дисциплинирующей и регулирующей структуре города. Анри Лефевр отмечал, что в этой подавляющей структуре есть «дыры и трещины. Эти лакуны не случайны. Это — пространства возможностей» (Lefebvre 1996: 156). Как пишут А. Амин и Н. Трифт, города — это проекты навязывания некоего тотального порядка, но эти тотализации никогда не доводятся до завершения (Amin, Thrift 2002). В пробелах и лакунах городского тотального проекта возможны творчество и инновации, в которых происходит оспаривание права и реализация права на город.

Городские творческие инициативы в самом широком понимании — это «действия, возникающие на изломах формального урбанизма» (Iveson 2013: 943), предлагающие «альтернативные стили жизни, изобретающие по-новому наши повседневные жизни, оккупирующие городские пространства новыми способами использования» (Ibid). Джеффри Хоу отмечает, что самодельные городские инициативы объединяет то, что все они так или иначе через разные эксперименты с городским пространством «инъецируют» в него новые функции и значения (Hou 2010: 2).

Австралийский исследователь Курт Айвсон предположил, что креативность может стать инструментом альтернативных публик — для создания «города в городе». С помощью собственной способности изобретать новое горожане могут оспаривать доминирующий порядок, предлагая новое видение. Однако для того чтобы это влияние было последовательным и эффективным, с точки зрения Айвсона, необходима политическая субъективизация: «практики должны быть объединены политикой, в которую входят апроприация и политиче-

ская субъективизация, в ходе которой практики становятся группами интереса, не согласными с формами власти, производящими городское пространство» (Iveson 2013: 943).

Говоря о DIY-урбанизме, Гордон Дуглас отмечает, что все его формы, как политизированные, так и «простое благоустройство», являются продуктом «тех, кого приходится рассматривать как членов так называемого среднего класса» (Douglas 2013). Исследование, проведенное Дугласом, подтвердило — большинство из информантов можно было отнести к молодой городской «необогеме» (Lloyd 2010) среднего класса. За несколькими исключениями то же можно сказать и о наших информантах.

Дуглас высказывает интересное предположение, что самодельный урбанизм необогемы — это один из вариантов участия в «конфронтационной политике» (contentious politics) (Tilly, Tarrow 2007). В соответствии с идеями Чарльза Тилли, репертуары протестных действий постоянно адаптируются к меняющимся условиям, «поэтому логично предположить, что реакция на эти условия в форме самодельного исправления городского дизайна может считаться новой формой конфронтационной политики» (Douglas 2013). Сходным образом Хоу рассматривает публичные пространства современных городов как поле реализации властных отношений капиталистического общества, в которых, однако, есть место оспариванию этих отношений и представлению альтернатив. «Создание альтернативных публичных пространств более партиципаторно и спонтанно, а потому более открыто и инклюзивно» (Hoу 2010: 15). С его точки зрения, такое прямое внедрение своего видения справедливого и правильного устройства города в публичные пространства может рассматриваться как протест и оспаривание дискурсивной власти, что может привести к формированию альтернативной публики (Fraser 1992).

«Альтернативная публика»: петербургская необогема и городские изменения

Среди исследованных нами примеров творческих инициатив в городе есть как напрямую связанные с урбанистикой и городским развитием, так и те, чья позиция по отношению к городу не так очевидна. В сеть интересующих нас инициатив вошли несколько лофтов (от англ. loft «чердак»: мультифункциональные пространства, совмещающие выставочную, лекционную, ивент-деятельность, а также образовательную деятельность) и несколько нелокализованных инициатив прямого действия (разовые или серийные интервенции в городскую среду, просветительская деятельность).

Все инициативы, которые входят в предмет интереса данной статьи, имеют свое видение города, или даже шире — общества; они оспаривают «неправильно» организованное пространство или занимают пустующее. Для них важны сети единомышленников — но для некоторых важно быть услышанными и за пределами этих сетей, поэтому в интервью часто упоминаются «люди», которые являются целевой аудиторией — то есть адресатами высказываний и действий является не профессиональное искусство, как в «традиционной» арт-среде, а общество. Прямое действие, оспаривание при помощи собственной

креативности можно рассматривать как своеобразное оружие не облеченных политической властью агентов.

Важной составляющей является направленность изучаемых инициатив либо на самореализацию авторов, либо на политизацию. Только во втором случае, если следовать определению Курта Айвсона, мы можем говорить о трансформирующей силе этих проектов.

Очевидно, что политическое измерение присутствует в городских низовых трансформациях, однако как определить политическое действие в таком контексте? На мой взгляд, сам факт наделения окружающей среды своим собственным значением, изменение этой среды в соответствии со своим видением блага и справедливости — уже переводят деятеля в политический регистр. Высказывание в публичной сфере, содержащее определенное видение общего блага и ориентацию на формирование общественного мнения, можно рассматривать как один из признаков политизации.

Понимание «политического» на сегодняшний день уже нельзя свести к традиционным политическим институтам, формальной политике, государству. Современное понимание политического включает в себя достаточно широкий спектр как коллективных, так и индивидуальных действий. Так, например, Альберто Мелуччи, чьи работы посвящены исследованию общественных движений, продемонстрировал роль идентичности, субъектности, культурного и исторического содержания в коллективных инициативах (Melucci 1996).

Один из самых популярных ответов, который дает социальная наука на то, что политика во второй половине XX в. перестала быть делом государства и формальных институтов, выплеснулась на улицы и захватила повседневность, — это теории повседневного сопротивления, интеграции политического действия в обыденность (De Certeau 1984; Scott 1998).

Именно в этой парадигме уличное искусство и другие творческие городские инициативы часто рассматриваются как тактики сопротивления централизованному контролю и власти, которые представлены в лице городского планирования и администрирования. Видение города, которое заложено в городских политиках благоустройства и развития, вступает в диссонанс с многочисленными альтернативами, которые и «выплескиваются» на улицы в виде разной степени осознанности высказываний и требований, иногда остающихся на уровне индивидуального жеста, вынесенного в публичное пространство (граффити, самостоятельные посадки растений и т. п.), а иногда превращающихся в коллективные инициативы (создание альтернативных творческих пространств, разработка карт города, на которые помещаются «идеологически правильные» места, и т. п.). Такого рода повседневное несогласие с тем, как выглядит город на данный момент, перерастающее в какое-либо действие, можно рассматривать как тактику, как «ползучее сопротивление». Однако мы не можем игнорировать и тот факт, что иногда инициативы сходной направленности могут переходить в формат открытого вмешательства — в публичное обсуждение, в политику благоустройства и развития. Тогда продвижение своего видения города, представления о благе становится политическим жестом в более привычном узком понимании слова — можно упомянуть о таких инициативах, как

движение за велосипедизацию или включение представителей творческих пространств в обсуждение городского развития на публичных мероприятиях с участием чиновников высшего городского уровня (различные публичные дискуссии, стратегические форумы и т. п.). В ходе исследования мы обнаружили континуум инициатив разной степени амбициозности и публичности, которые, тем не менее, предлагали и внедряли в городскую жизнь свое представление о том, что такое хороший город.

Важный вопрос, на который пытаются искать ответ исследователи самодельного урбанизма, возникающего «на стыках» и «в трещинах» урбанизма формального, — это эффект и потенциальное влияние этих неформальных видов деятельности на городские проекты. Очень соблазнительным представляется ответ, что такая тактическая трансформация города — это часть какого-то более масштабного изменения в процессах развития городов, а может быть, и социального развития в целом: поскольку «трещин» и пробелов в управленческом централизованном аппарате российских городов и государства достаточно, именно такое компенсирующее альтернативное влияние может стать источником позитивных трансформаций.

Самодельный урбанизм можно рассматривать и как новую форму самореализации гражданского общества: многие исследователи отмечают, что практика «малых дел» в последнее время приобретает все большую популярность среди критически настроенных жителей крупных российских городов (Городские движения 2013).

Идеализированное видение городских инициатив и партизанской городской трансформации часто интерпретирует их именно как попытки востребовать право на город: обустройство сада во дворе панельного дома, политизированные трафареты или партизанские велодорожки — все это можно рассмотреть через призму реализации горожанами этого права. Происходить это может в индивидуальном порядке, в компании друзей или в коллективе, говорящем от имени какой-либо публики, — все это происходит по-разному и имеет разный эффект.

С точки зрения Курта Айвсона, мы не можем говорить о востребовании права на город в тех случаях, когда не происходит политизации действующего субъекта и не формируется некое коллективное действие. Это ограничение, с одной стороны, позволяет определить рамки поля исследований, но, с другой, исключает полутона политического действия, которые могут быть не окрашены явно в политические тона и, на первый взгляд, не иметь политической повестки дня (в том смысле политического, который обозначался ранее). Так, например, в случае с движением «Красивый Петербург» ситуация достаточно простая: мы явно видим активистскую повестку, коллективное действие, активную репрезентацию в публичном пространстве, а также явное противопоставление своего «правильного» видения неправильным действиям городской администрации, что позволяет нам отнести это движение к тем инициативам, которые имеют право называться востребующими право на город. То же самое можно сказать об инициативе «Партизанинг». Однако из этой картины выпадают такие действия, которые мы выше назвали повседневными тактиками —

создание альтернативных карт, разбивание садов, нанесение граффити и других форм стрит-арта на городские стены (в некоторых случаях, правда, это тоже является результатом деятельности политизированной коллективной инициативы — как в случае с описанными Айвсоном борцами с рекламой).

В случае с креативным востребованием права на город мы наблюдаем спектр действий разной степени политизированности: прямое действие, не предполагающее формулировки позиции вербально и публично (прямые модификации пространства и переосмысление его), и политизированное активистское действие.

Креативность, способность к инновациям в этом контексте становится инструментом для публик(и), противопоставляющей свою точку зрения на город доминирующему курсу развития. Можно даже сказать, что буквально на наших глазах происходит формирование контр-публики, которая не только действует, но и активно провозглашает свое видение — в формате многочисленных и популярных сегодня лекций, мастер-классов и целых публичных курсов, посвященных урбанистике. Мы едва ли можем говорить о них как о повседневной тактике — скорее, по уровню аргументированности, продуманности и популярности этих мероприятий мы можем сделать вывод о том, что новая публика мобилизует ресурсы для того, чтобы полноправно конкурировать в публичной сфере с «официальной», традиционной городской политикой. Креативность и инновативность становятся в этой борьбе сильным оружием — именно ее вкуче с западным опытом и экспертным знанием привлекают представители контрпублики как ресурс укрепления своего положения.

Политизированные творческие инициативы городских преобразований довольно часто ведут продуманную публичную политику и возвещают о себе: однако о широте распространения их идей и потенциале превращения в полноправного игрока в процессе развития города говорить пока рано.

«Дискретные» и «общительные»: полутона политизации

Интересно рассмотреть отношение разных творческих проектов к городскому пространству, чтобы увидеть разницу в их отношении к публичности, к установлению контакта с другими городскими публиками, а также их амбиции распространить свое видение города и свой стиль отношений с ним. Здесь четко выделяются две позиции: одна предполагает использование города как «холста» или выставочного пространства для своих работ и не нуждается в выходе «к горожанам», другая позиция предполагает некий трансформаторский и социальный пафос и иногда, в крайнем выражении, превращает «горожан», «жителей» в некий фетиш, для которого все делается (хотя, нужно признать, что выход на реальных жителей удастся не всегда). Отмечу, что в данном исследовании мы ограничены представлениями и намерениями участников творческих инициатив, точка зрения и реакция публики в данной работе не рассматривается.

Чтобы показать, что две эти позиции могут присутствовать в рамках одного вида деятельности, я приведу цитаты из интервью с двумя уличными художниками. В интервью можно четко видеть маркеры позиций: информант 1 говорит

о таких целях, как известность, коммерческий успех, управление своим будущим, в то время как информант 2 говорит о людях, «драйве», захвате пространств и выходе на новые публики.

«Чем больше работаешь, тем больше сможешь управлять своим будущим, влиять на него» (информант 1, граффити-художник). В данной цитате видно, что для информанта стрит-арт — это не политический жест, а работа, приносящая доход и возможность строить карьеру. Художник также говорит о том, что для него в первую очередь важно измерение «для себя»: например, так он говорит о подписи на своих работах: ему не важно, узнают ли его прохожие.

Тем не менее, определенный политический пафос обнаруживается и в интервью информанта 1. Следующая цитата начинается практически в тоне политического протеста, заканчивается, однако, неожиданно: решением создать свой альтернативный мир, в котором будем «комфортно»: *«В то время, когда я активно рисовал на улицах, в политике вообще не был заинтересован, мне вообще было пофиг. Я знал, что один ничего не исправлю. Но я понимал, что нужно идти по другому пути, не бороться за систему... не менять систему, а делать свою систему... Ну, какую-то, хотя бы маленькую, в которой я буду спокойно трудиться, мне будет комфортно... Я буду удовлетворять какую-то определенную нишу, определенную категорию людей, которым это обязательно нужно»*.

У данного информанта есть определенный опыт работы с городской администрацией, однако этот опыт представляется не в терминах борьбы и влияния, а в тех же терминах работы, которую понимают и заказывают, или не понимают и тогда сотрудничество не интересно: *«Понимаешь, мы помогаем городу, и всё. Поэтому, если они не понимают, ну там, отдел или администрация, не понимает, что мы им помогаем, то они гуляют... Всё. Мы помогаем тем, кто это понимает»*.

Отношение автора и публики представляется как однонаправленное — от зрителя принимается восхищение (*«Либо просто изменить настолько место, чтобы все люди говорили спасибо и считали героем»*), но не более того. Важное мнение для информанта — это мнение достаточно закрытого круга специалистов, в то время как широкая публика интереса с этой точки зрения не представляет. В принципе, эта позиция отражает скорее логику традиционного искусства, чем новых политизированных творческих инициатив: *«... Опять же, мне не интересно не экспертное мнение. Экспертное мнение — я высылаю своим друзьям, коллегам каким-то, учителям, каким-то наставникам, показываю свои труды... и выслушиваю мнения. А не экспертные мнения мне абсолютно не интересны, потому что оно может иногда очень сильно сбить... ну чуть-чуть тебя, буквально на день выбить из колеи»*.

Информант 2 демонстрирует совсем другой пафос. С самого начала он заявляет о том, что ему не интересны пространства традиционного искусства, а интересны улицы — именно потому, что там есть люди: *«Ни с какими арт-институциями, я отказался с ними работать, я понял, что с ними нельзя сейчас работать, потому что я понял, что это все вообще фуфло и не нужно никому. Все эти галереи, арт-институции — это все вчерашний день, не нужно сегодня делать. Сегодня надо делать самому все руками и тут же выставлять на улицы, вот моя позиция»*.

Так же как и информант 1, информант 2 работает в открытых пространствах, однако если первый использует их просто как инструмент, для второго они становятся мотивацией и вдохновением, поскольку он видит в них не столько материальный носитель для творчества, сколько их социальность: «... На самом-то деле, мне всегда нравится захватывать новые пространства, в которых встречаются люди, много сегодняшних, вот прямо сейчас и здесь. То есть люди, которые заинтересованы в этом пространстве, у которых происходит там большая часть жизни, своя, я в это не вмешиваюсь. Но главное, что они это видят, они чувствуют и они переживают весь этот драйв».

В высказываниях информанта 2 публика представляется как главный элемент уличного искусства, для него, поэтому, принципиально важно встроиться со своим искусством в канву городской повседневности, вычислить места, где что-то происходит: «Поймите, это вот стрит-артовские такие пространства, это не специальные арт-галереи, здесь такое ощущение жизни, ощущение быта, поэтому здесь та же самая живая публика».

Интересно, что информант 2 практически напрямую формулирует тезис о создании своего «города в городе», своего пространства и альтернативной, новой публики, ведущей борьбу за существование. В отличие от первого информанта, у него нет учителей и наставников, четко определяемого круга коллег: мир информанта 2 представляется как нечто в процессе становления, границы его не ясны. Для новой публики важна коллективность и социальность, модель «одинокый творец» здесь изначально невыигрышна — для пересечения границ и формирования своего поля необходима коллективная деятельность и «сетевая креативность»: «Понимаете, стрит-арт — это же такая сфера, в которой работают не только художники, в которой работает огромное количество таких стихийных существ, вроде меня. Каких-то диджеев, каких-то фотографов. Которые приходят фотографировать, которые играют музыку, и так далее. И у них свое пространство, и они отстаивают свою позицию. Мы как бы вместе, но каждый за себя, и я вижу, где я проигрываю в отношении них, а где мы все вместе и мы все выигрываем».

Более того, этот художник очень чувствителен к восприятию стрит-арта теми людьми, которые не часто воспринимаются как его целевая аудитория. Более того, он предоставляет право быть экспертом и оценщиком стрит-арта именно такой, неподготовленной, неспециализированной публике — что резко контрастирует с позицией информанта 1. Например, информант 2 описывает случай своего взаимодействия с, видимо, представительницей ЖКС, которая закрасивает граффити: «И я тут вижу, женщина такая, знаете, тетка в телогрейке типа, да, замазывает граффити вот своей краской. Я прохожу мимо, говорю: это же искусство, не трогайте. А она так оборачивается ко мне: и мат тоже? Конечно, политическая ситуация требует. Это нормально, вот. И она вдруг чего-то остановилась. Когда я возвращался, я вижу, что что-то в неё торкнуло, то есть какие-то вещи она не стала замазывать, затирать. То есть, понимаете, даже люди, которые никакого отношения не имеют к искусству, могут быть сегодня арт-искусствоведами, арт-кураторами, вот о чем я подумал, что это реальный куратор стрит-арта. Значит, человек, который что-то замазывает, а что-то оставляет, он куратор стрит-арта сегодня».

Интересно, однако, что если попытаться применить термин «город в городе» Курта Айвсона, то получается, что информант 1, не заинтересованный во внешнем мнении и коммуникации, гораздо ближе к созданию такого дискретного, своего собственного пространства искусства внутри не интересного и не особенно важного для него города, чем информант 2, который не хочет создавать «город в городе», а хочет распространиться в тот город, который существует, нарушить, а не создать границы.

При этом в приведенных интервью напрямую не высказываются идеи или амбиции, направленные на социальную трансформацию или распространение конкретных идей. Мы можем реконструировать разное видение города и его обитателей, а также модель отношений с ними, однако напрямую о политизированном действии в понимании Айвсона говорить не приходится. Отмечу еще раз, что картина может быть сложнее, чем дихотомия «политизированное-неполитизированное», которую предполагает текст Айвсона. Между этими двумя крайностями существует несколько позиций, которые отличаются от идеальных типов — но, тем не менее, трансформируют определенным образом городскую среду, применяя различные новые технологии и методы искусства.

В силу сложности деления на политизированных и неполитизированных, вероятно, эмпирически более обоснованно и удобно в контексте проведенного нами исследования пользоваться другим классифицирующим аппаратом: глубинный анализ собранных интервью по методике grounded theory позволил нам увидеть также две основные позиции, к которым тяготеют все наши интервью. Это позиция ориентации на трансформацию общества и города и дискретная позиция «мира искусства». Повторю, что эти позиции следует рассматривать как идеальные типы, которые в эмпирике проявляются с разной степенью интенсивности.

Важно также то, что эти позиции мы смогли выделить не только на материале анализа текстов интервью, но и по результатам сетевого анализа. Интересно, что «дискретные» миры искусства оказывались так же плотно сгруппированы и на сетевых схемах, в то время как новые, междисциплинарные и ориентированные на коммуникацию (друг с другом, с городскими публикациями) активистские круги становились гейткиперами, группировались в кластере, объединяющем разные дискретные «миры» на схеме.

Включенность в сети Стефани Тэйлор и Карен Литтлтон считают обязательным элементом современных творческих карьер (Taylor, Littleton 2012). В данном же случае мы имеем дело, видимо, не просто с включенностью в профессиональную сеть, но с процессом «собираания» новой сети, формирования пространства городских творческих пространств и инициатив, которые отличаются от «традиционного» искусства своими всеобъемлющими публичными амбициями.

«Выходить в народ» как часть профессиональной деятельности: вместо заключения

Чтобы развить мысль о том, что в рамках широкого поля креативных индустрий представлены две позиции, характеризующиеся разной степенью социальной включенности, приведем ряд примеров, касающихся работы с публикой и целевыми аудиториями, из нескольких проектов, попавших в нашу выборку.

Один из важных моментов, заслуживающих особого внимания, — это роль сетей и сетевого взаимодействия. Выше мы уже упоминали о том, что креативные индустрии много внимания уделяют налаживанию контактов, однако можно заметить, что структура этих контактов может различаться у людей и институций, заинтересованных в широком паблисити среди непрофессионалов, и у тех, кто ищет признания только среди специалистов. Здесь можно вспомнить о различии, введенном Робертом Патнэмом, между ‘bridging’ и ‘bonding’ социальным капиталом (ориентация на установление связей между разными группами и ориентация на укрепление связей внутри гомогенной группы). Нас, однако, интересует не столько качество сетей, сколько идеологическая ориентация на изменение и широкую публику, или «политизация».

Один из участников процесса создания новых «креативных пространств», чья работа на момент интервью фокусировалась на укреплении позиций образовательного лофта, прямо формулирует: *«Моя работа — это общение»* (директор образовательного лофта). Естественно, необходимость сетевой работы наблюдается не только у тех агентов, которые «наводят мосты» между разными сферами: внутри каждого поля также существует потребность в сетях, которые, однако, ограничиваются одним специализированным полем. Например, один из информантов, занимающий центральную позицию в поле дизайна, осознает и важность связей, и важность репутации, но для него эта важность не выходит за пределы собственно развития дизайна и дизайна как профессии. Медийный ресурс, который он делает, выступает как *«пиар-инструмент, как площадка для моего собственного продвижения, для продвижения студии... Он прекрасно справляется, я фактически давным-давно не показываю людям, моим заказчикам, собственно портфолио. Они видят журнал, как он сделан, и знают мои предыдущие дизайнерские работы... С точки зрения репутационных, например, формирования экспертной репутации, с точки зрения пиара, это такой очень мощный инструмент, безусловно»* (дизайнер). То есть данный ресурс не адресован широкой публике, не является «просветительским» ресурсом, а скорее служит однонаправленным каналом коммуникации и продвижения.

Один из информантов, чья деятельность фокусируется на экологических проектах, формулирует идею «выхода в народ» как обязательный элемент тех инициатив, которые хотят изменить окружающий мир, а не просто работают сами на себя: *«Если хочется реально сделать какой-то вклад, нужно выходить, как говорят, в народ»* (публицист, активист).

Очевидно, что наши эмпирические данные отражают два альтернативных подхода как к творческой самореализации, так и к социальной ответственности. Для одной группы участников проекта самореализация связана с признанием в специализированном, относительно закрытом сообществе, и личный «вклад» мыслится этими агентами как в первую очередь вклад в развитие конкретной профессиональной области (эту группу можно назвать «дискретными профессионалами»). Для другой группы информантов «вклад» мыслится как нечто, затрагивающее не только личные или узкопрофессиональные интересы:

им необходимо ощущение влияния на общество, позитивных изменений не только в своей жизни или профессиональной области, но и в городе, в обществе в целом. «Выход в город» становится для многих из них средством реализации своих социальных амбиций. Таких информантов мы назвали «трансформаторами», поскольку в их интервью часто формулировалась идея позитивных изменений, которые они хотели бы реализовать в окружающей среде. Средства и конкретные способы, применяемые для этих трансформаций, могут быть разными — или даже идентичными тем, которые применяют информанты из первой группы. Однако риторика, сопровождающая рисование граффити, создание школы дизайна или реализацию любого проекта, дает понять, что даже похожие действия могут наделяться авторами разными смыслами. «Трансформаторы» могут сочетать коммерческую деятельность с «социальными проектами», превращать свой социальный активизм в профессию и источник заработка, но на уровне осознания себя, своей деятельности и ее цели социальные амбиции будут оставаться заметными.

Сложность представляет применение предложенного К. Айвсоном понятия «город в городе», который своими действиями и внедрением альтернативного видения городской среды создают активисты. Предлагая альтернативу, многие активисты пытаются распространить ее максимально широко, т. е. «захватить» как можно большую часть городского пространства (об успешности этих попыток можно спорить, но едва ли на данный момент можно найти примеры того, как альтернатива стала мейнстримом). При этом понятие «город в городе» скорее применимо к первой, ориентированной на профессиональное сообщество, группе информантов: именно ценность создания и обустройства своего, правильного и закрытого для внешних негативных влияний мира можно увидеть во многих интервью этой группы.

подавляющее большинство «трансформаторов» сознательно дистанцируется от политики, подчеркивая «социальное», но не «политическое» содержание своих планов и проектов. Выше мы уже отмечали, что аналитическое содержание понятия «политическое» не может сводиться к контексту институтов формальной политики и традиционным, «писанным» нормам политического участия. Тот факт, что представители исследованных нами инициатив предлагают свою повестку дня для модификации окружающей среды, разделяют и распространяют определенные ценности, к которым они хотят приблизить как можно большее количество горожан, рассматривают себя как акторов в процессе городских изменений, позволяет нам увидеть определенное политическое измерение в их действиях и политическую субъектность этих агентов.

Литература

- Визгалов Д. В.* Маркетинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008.
Городские движения России в 2009–2012 годах: на пути к политическому / Под ред. К. Клеман. М.: НЛО, 2013.
Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика-XXI, 2006.
Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2005.

Желнина А.А. *Креативность в городе: реинтерпретация публичного пространства*

Actions: what you can do with the city, G. Borasi and M. Zardini (eds.). Montreal: SUN, 2008.

Amin A., Thrift N. *Cities: reimagining the urban*. Polity Press, 2002.

Becker H.S. *Art worlds*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1984.

De Certeau M. *The Practice of Everyday Life*, trans. S. Rendall. Berkeley: University of California Press, 1984.

Douglas G.C. Do-It-Yourself Urban Design: The Social Practice of Informal “Improvement” Through Unauthorized Alteration, *City & Community*, 2014, 13(1), pp. 5–25.

Fraser N. Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy, in: C. Calhoun (ed.), *Habermas and the public sphere*. Cambridge, MA: MIT Press, 1992.

Harvey D. The right to the city, *International Journal of Urban and Regional Research*, 2003, 27(4), pp. 939–941.

Hou J. *Insurgent public space: guerrilla urbanism and the remaking of contemporary cities*. Routledge, 2010.

Iveson K. Cities within the City: Do-It-Yourself Urbanism and the Right to the City, *International Journal of Urban and Regional Research*, 2013, 37(3), pp. 941–956.

Lefebvre H. The right to the city, in: Lefebvre H. *Writings on cities*. Oxford: Blackwell, 1996, pp. 63–181.

Lloyd R. *Neo-bohemia: art and commerce in the postindustrial city*. Routledge, 2010.

Melucci A. *Challenging codes: Collective action in the information age*. NY: Cambridge University Press, 1996.

Putnam R.D. *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster, 2001.

Scott J.C. *Seeing like a state: How certain schemes to improve the human condition have failed*. Yale University Press, 1998.

Taylor S., Littleton K. *Contemporary Identities of Creativity and Creative Work*. Ashgate Publishing, 2012.

Tilly C., Tarrow S.G. *Contentious politics*. Boulder, Colo.: Paradigm Publishers, 2007.

Visconti L.M., Sherry Jr J.F., Borghini S., Anderson L. Street Art, Sweet Art? Reclaiming the “Public” in Public Place, *Journal of Consumer Research*, 2010, 37(3), pp. 511–529.