

# Культура

как локомотив развития города



Институт  
экономики  
города



# Культура

## как локомотив развития Города

**РАЗВЕ НЕ ХОТЕЛИ БЫ ВЫ, НАПРИМЕР, УВИДЕТЬ Белые ночи в Париже?** Нет-нет, мы не оговорились — именно в Париже, хотя он находится гораздо южнее Санкт-Петербурга. Это вполне реальный проект, который придумал нынешний мэр Парижа Б. Деланоэ. Инициативу мэра поддержало все городское сообщество, иначе проект вряд ли бы состоялся.

Итак, представьте: один раз в году ночь превращается в день — для свободного посещения открыты музеи, театры, общественные здания, работает множество сценических площадок, до 2:00 можно подняться на смотровую площадку **собора Парижской Богоматери и Эйфелеву башню**, и все это бесплатно. Плюс к тому в мэрии проходит дефиле, что-то вроде рэв-дискотеки, с проецированием слайдов на стену библиотеки имени Ф. Миттерана, и так далее, и так далее.

## акция "Белая ночь"

Этот праздник привлекает в Париж сотни тысяч туристов и приносит в городскую казну растущий год от года доход. Кстати, впервые акция "Белая ночь" прошла в 2002 году, но была омрачена весьма неприятным инцидентом: в помещении мэрии Б. Деланоэ был опасно ранен ножом психически неуравновешенным человеком. В результате в следующем году "Белая ночь" оказалась под вопросом, однако мэр настоял на ее проведении.

Предыдущий мэр Парижа, Ж. Тибери, однажды сказал: если в 1900 году и в последующие годы Париж был городом света, то в 1999-м он станет светочем разума, таланта и культуры. Мэр имел в виду новую программу развития города, в рамках которой он намеревался превратить Париж в город-праздник. В частности, весь район Сены был объединен в единый ансамбль, простирающийся от парка Андре Ситроена до Берси. Этот проект заставил по-новому заиграть берега Сены: между мостами Толбиак и Берси были расставлены на плаву 2000 скульптур, изображавшие разноцветных рыб. Стекло вокзалов, купола Османна, фасады крупных предприятий и стрелы соборов приобрели новый блеск. Париж, по замыслу проектировщиков, должен был купаться в свете, и это удалось осуществить!

*Этот город по-прежнему будит воображение, заставляет мечтать и тем самым привлекает тысячи гостей.*

"Позорное, мерзкое, гнусное зрелище!" — сказал о ней Поль Верлен. Башня, сооруженная к Всемирной выставке 1889 года, сразу стала предметом споров и раздоров в среде поклонников Парижа, а в конце концов превратилась в символ Парижа и Франции для всего остального мира и самую знаменитую из парижских достопримечательностей.

Инженер-мостостроитель Г. Боникгаузен (Эйфель) выиграл конкурс, представив проект 320-метровой башни в центре Парижа, которую в артистических кругах того времени сразу же прозвали "башней в гайках". Организационный комитет Всемирной выставки объявил Эйфеля сумасшедшим, о башне писались злобные памфлеты, и кое-кто даже пророчил, что ее постройка ознаменует собой закат французской культуры. Помимо Верлена, негодовали Мопассан и Гюго. Великие деятели культуры писали в мэрию гневные письма с требованием немедленно стереть этот "громоотвод" с лица Парижа, а Гюго регулярно обедал в ресторане на самом верху башни, говоря, что это единственное место в Париже, откуда ее не видно.

В 90-х годах XIX века дело уже почти дошло до демонтажа, однако благодаря поддержке мэра башня уцелела. Спасло ее появление радио: она стала опорой антенн для радиовещания, потом телевидения и радарной службы. Первоначально намечалось оставить башню только на 20 лет, но в 1910 году срок был продлен решением правительства на 70 лет, а в 1980 году уже никому и в голову не пришло возвращаться к этому вопросу.

Сегодня на Эйфелевой башне находится

## ...город-праздник

уникальная метеостанция, где ведется изучение суточных колебаний атмосферного электричества и отслеживается степень загрязнения и радиации атмосферы. Отсюда транслирует свои программы парижское телевидение. На башне также установлен передатчик, обеспечивающий связь полиции и пожарных.

Отчасти, она напоминает нефтяную вы-

*Есть города, о которых пишут стихи, снимают кино, в них влюбляются и стремятся вернуться...*

*Можно ли конвертировать этот неосязаемый подчас потенциал города в экономическую выгоду?*

---

шку, только качает не нефть, а сразу деньги. Доехать на лифте до клотика (самый верх) стоит от 2,2 евро (минимальный детский тариф) до 10,4. Оттуда открывается вид в радиусе 70 км. Там же находится и витрина-кабинет Гюстава Эйфеля. Если учесть, что еже-

*... "чудовище" приносит городу осязаемую прибыль*

дневно на Эйфелеву башню поднимаются от 15 до 30 тысяч туристов, а в год — до 6,4 миллиона, то это "чудовище" приносит городу осязаемую прибыль. На площадку же перед башней — самое романтическое место в Париже — влюбленные парочки приходят специально, чтобы целоваться...

---

Принято считать, что первые Олимпийские игры состоялись в 776 году до н. э. С тех пор стало традицией раз в четыре года "между жатвой и сбором винограда" проводить в Олимпии атлетические соревнования и на это время объявлять перемирие. За 1168 лет состоялось 293 Олимпиады, победители которых провозглашались равными богам, нередко избирались на важные государственные должности, а лучшие скульпторы Древней Греции — Мирон, Фидий, Пракситель — стремились увековечить их в мраморе и бронзе.

**Идея возобновления Олимпийских игр** принадлежит французскому барону П. де Кубертену (1863 — 1937). В юные годы его потрясли оды эллинского поэта Пиндара, посвященные победителям Олимпийских игр. Де Кубертен увлекся спортом и стал прекрасным наездником, фехтовальщиком, гребцом и боксером, а затем и активным пропагандистом спорта. В 1892 году он обратился к спортсменам всего мира с предложением возродить Олимпийские игры. Несмотря на то что идея показалась многим наивной, уже в июне 1894 года на международном атлетическом конгрессе в Париже было решено учредить Международный олимпийский комитет (МОК) и приступить к подготовке Игр. По предложению известного греческого писателя Д. Викеласа было решено провести их в Элладе.

В самой Греции сразу появились как сторонники, так и противники этой идеи. Премьер-министр Х. Трикупис, например, счи-

тал, что финансовое положение страны-банкрота не позволяет даже думать о столь дорогостоящем празднике спорта. Противоположного мнения придерживалась вся королевская семья во главе с Георгом I. Греческая диаспора выделила огромные деньги на восстановление и возведение монументальных спортивных сооружений.

Г. Авероф, зерновой магнат, предоставил колоссальную сумму в миллион драхм на восстановление древнего Стадиума в Афинах, другие — на строительство велодрома в Фалироне и так далее. Двигателем всей подготовки Игр стал бывший мэр Афин, секретарь греческого олимпийского комитета Т. Филимон.

Патриотизм греков выражался в те дни порой крайне оригинально. Например, когда стало ясно, что Игры привлекут в Афины огромное количество иностранцев, карманные воровы провели встречу, на которой все как один поклялись проявить гостеприимство на время Игр, и сдержали слово, устроив каникулы для полицейских. Иностранцы позже восхищались благодушием, тактом и порядочностью всех слоев греческого общества.

*Сегодня за право принять у себя олимпийцев борются самые прекрасные города мира, поскольку это сулит им экономическое и политическое процветание.*

---

Для сегодняшнего дня характерен принципиально новый подход к ресурсам, в списке которых не только полезные ископаемые, рабочая сила и производственные технологии, но также **имя, бренд, репутация, творческий потенциал**.

Рынки товаров и услуг стерли государственные границы, мобильность людей возрастает. Места работы теперь не обязательно связаны с местом жительства. Одной профессии хватает не более чем на пять лет, и образовательная мобильность является одним из условий компетентности современного человека, которому, чтобы реализоваться в полной мере, необходимо:

- иметь возможность непрерывно получать образование международного стандарта;
- иметь доступ к современным информационным потокам;

# Культура

## как локомотив развития города

- участвовать в международном рынке труда;
- находиться в активной социальной и культурной среде.

Именно такими должны быть условия современной городской жизни, и города конкурируют между собой за качество предоставляемых услуг в этой области. Они борются за образованных и талантливых людей, способных к предпринимательству и обучению, потому что эти люди в свою очередь привлекают в города крупный бизнес.

Крупный бизнес, который по-прежнему приносит в городские бюджеты максимальный доход, в значительной степени изменился под воздействием новых экологических требований, новых наукоемких технологий и

### Современные города конкурируют не только за бизнес, но и за образованных и талантливых людей

сегодня стремится в города, где живут люди, которые могут создавать и развивать уникальные технологии и производства и которые, как золотой песок, вымываются из тех городов, где условия для жизни недостаточно хороши.

Сегодня творчество считается корпоративным капиталом, своего рода оружием в борьбе за конкурентные преимущества в мировом масштабе. Несложно понять, почему способность к творчеству, креативность пользуется сегодня таким спросом. Бизнес существует в условиях постоянных и непредсказуемых изменений, и в этих условиях отсутствие способности к новаторству означает проигрыш. Новаторство, в свою очередь, является частью более широкого процесса творчества, который американец Д. Као определяет как *"целостный процесс генерирования идей, их развития и превращения в ценности"*.

Итак, современному бизнесу нужны творческие люди, а творческим людям нужна качественная жизненная среда.

И это объясняет, зачем городу тратить и без того ограниченные финансовые и административные ресурсы на развитие культуры.

### Критерии оценки потенциала среднего и культурного развития города:

- удовлетворенность жителей средой обитания,
- структура образа города и его привлекательность,
- выявление привлекательных и непривлекательных мест и занятий,
- возможности проведения досуга,
- идентификация центра города и отношение к нему местного сообщества.

Культура является основой развития экономической отрасли, выпускающей "культурные" продукты, связанные с новыми технологиями и промышленностью. Например, производство музыкальных инструментов сегодня включает в себя солидную часть индустрии электроники, выпускающей аудио- и видеотехнику, которая явилась основой экономического взлета таких стран, как Япония и Сингапур.

В основу маркетинговых и рекламных стратегий традиционного бизнеса кладется не столько конкретный товар, сколько формирование культуры его потребления.

Политические деятели обращаются к культуре, чтобы улучшить свой имидж и приобрести дополнительный политический капитал.

Культура стала важным фактором туризма, точнее, той его части, которая определяется термином "культурный туризм". В развитых туристических индустриях (таких, как итальянская или французская) треть всего дохода

## "культурный туризм"

поступает от туристов, привлеченных определенными феноменами культуры. Этот показатель значительно ниже в странах Восточной Европы (например, в Польше или Словении — не более 1/10), но не потому, что их культурное наследие не представляет интереса, а по причине отсутствия технологии его капитализации.

---

**Ч**то является творческим капиталом города? Кто знает, как отыскивать и направлять в нужное русло идеи, генерирующие потенциал города, и управлять городом — фабрикой идей, наподобие "Майкрософт" или "MIT"? Какие организационные и управленческие инфраструктуры для этого необходимы?

Американский эксперт в области урбанистики Р. Флорида утверждал, что, поскольку люди на рабочем месте становятся все более заинтересованными в самовыражении и все более требовательными к месту своей работы, их традиционная преданность компании нарушается<sup>2</sup>. Люди не собираются работать на одну компанию всю жизнь, они ищут другие места, где они могут самореализоваться и пережить новый опыт. Флорида утверждает: "Места обитания заменили компании как ключевые организующие единицы нашей экономики... места стали магнитами для талантов". Ученый убежден, что города стали хранилищем новой формы богатства, которая станет главным двигателем экономики, — это творческий капитал. И от того, умножается или растрачивается этот капитал, зависит, что ждет город — подъем или упадок. Города процветают, если в них хотят жить люди, несущие инновации.

Как показал другой исследователь, П. Хелл, на протяжении всей своей истории города развивались благодаря способности управлять инновациями: технологическими, организационными, производственными, интеллектуальными и культурными. В прошлом город мог развиваться только в одной из этих областей — примером может служить *интеллектуальная сила древних Афин или технологический прорыв Манчестера в XIX веке*. Однако в будущем городам придется проявлять новаторство во всех аспектах. Особую важность приобретает слияние технологических и культурных творческих проявлений, развивающих **экономику переживаний** и увеличивающих объем производства в сфере новых медиа.

Задачи, которые стоят перед городами, заключаются в том, чтобы заново определить стратегии развития, способные вдохновить в первую очередь горожан.

---

<sup>1</sup> Massachusetts Institute for Technology.

<sup>2</sup> См.: Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Издательский дом "Классика XXI", 2005.

#### Города должны понять:

- как укрепить городскую идентичность;
- как актуализировать уже существующее природно-культурное наследие с целью его сохранения и устойчивого развития;
- как оптимальнее вписать мелкое и среднее предпринимательство в городскую среду с целью улучшения ее качества.

По наблюдениям экспертов агентства "Arts & business" (Великобритания), существует ряд факторов, способствующих тому, чтобы город начал развивать свои творческие возможности.

**Осознание кризиса.** Городу вовсе не обязательно достигнуть дна, прежде чем начать подниматься к поверхности, однако политический упадок или экономический спад создают пространство, в котором находят опору

---

*"Места обитания заменили компании как ключевые организующие единицы нашей экономики... места стали магнитами для талантов"*

---

идеи, прежде никого не убеждавшие и даже казавшиеся сумасшедшими. Многие города переживали кризис, но немногие осознали, какой в этом заложен потенциал.

**Организационные возможности и управление.** Без эффективной организационной структуры город не сможет перевести свои творческие идеи в действия. В свое время внедрение новых форм управления в немецкой области Рур дало импульс волне инноваций, которые в противном случае могли бы быть сведены на нет.

**Внешние влияния.** Зачастую город настолько поглощен своими проблемами, что не в состоянии увидеть очевидное решение. В этом случае может помочь взгляд со стороны или подсказка внешнего консультанта. На

# Культура

## как локомотив развития города

другом уровне, возрождение города может стать следствием появления в нем новой группы горожан, например какого-то этнического меньшинства. Когда-то именно так и произошло с Амстердамом и Веней. Сегодня датский город Рандерс заново осознает себя под воздействием идей, привнесенных беженцами, нашедшими здесь приют.

**Пространство для творческого эксперимента** — создание в городе отдельного квартала или дискуссионного форума, где поощряется новаторское мышление.

**Оценка достижений** — более сознательная стратегия, предполагающая оценку города в сравнении с его аналогами и развитие инноваций через конкуренцию и обучение.

**Амбиции и целеустремленность** — авантюризм и предпринимательский дух индивида или группы, соревнование между несколькими лидерами.

**Соучастие и сбор идей** — создание в городе атмосферы, поощряющей дебаты и сетевое сотрудничество, или запуск определенных процессов, таких как "Urban Visioning" (Городское воображение).

**Организация "фирменных" событий, разработка новых концепций** — издание хартии, обнародование манифеста, "фирменные" девизы, события, соревнования или новые концепции, такие как "Local Agenda XXI" (Местная программа XXI века).

**Исключительные обстоятельства** — например, резкие политические изменения, новое руководство, серьезные политические или социальные конфликты.

И, наконец, что-то совершенно неожиданное и непредсказуемое...

---

Ч. Лэндри, автор книги "Креативный город"<sup>1</sup>, задается в ней вопросом, **как города могут управлять творческим процессом**. Хотя творческие способности часто пробуждаются благодаря, как принято считать, неосознаваемым факторам, это не значит, что данная сфера окутана тайной, в которую могут проникнуть только самые проникательные. Лэндри утверждает, что процесс творчества в

<sup>1</sup> Лэндри Ч. Креативный город. М.: Издательский дом "Классика XXI", 2005.

большинстве случаев — это процесс коллективный, и исследует ряд техник, с помощью которых группы и организации могут, во-первых, осознать, а во-вторых, повысить свой творческий потенциал.

Для того чтобы максимально приблизить фокус рассмотрения, попробуем описать ряд уже реализованных в самых разных регионах мира концепций и проектов, основанных на капитализации культурных ресурсов городов и регионов с целью ускорения их социально-экономического роста и повышения инвестиционной привлекательности. Назовем это инновационным опытом "практических гуманитариев" по эффективному применению культурного капитала с целью системного развития территорий. Не исключено, что этот успешный опыт подскажет какие-то остроумные решения и при создании стратегий развития российских городов.

## Хаддерсфилд (Великобритания)

**Проект "Инициатива: творческий город"** в рамках пилотного Европейского урбанистического проекта (основан под эгидой статьи № 10 Европейского фонда регионального развития для поиска инновационных и устойчивых решений общих урбанистических проблем)

В 1995 году Европейская комиссия по культуре объявила конкурс на инновационный проект в области возрождения городов через культуру. В конкурсе приняли участие более 500 городов. Победитель, английский город Хаддерсфилд, получил 3 млн экю на проект "Инициатива: творческий город", который был реализован в течение последующих 10 лет.

В начале XX века Хаддерсфилд был индустриальным городом. Здесь добывался уголь, активно развивалась текстильная промышленность, другие промышленные и производственные индустрии. Расположенный на северо-востоке Англии, между Манчестером и Лидсом, Хаддерсфилд не имел ни крупных транспортных развязок, ни международного



аэропорта, что, безусловно, с точки зрения развития города крайне невыгодно. В 1980-х большинство угольных шахт и текстильных фабрик закрылось, и город вступил в полосу тяжелого кризиса, затронувшего как экономику, так и структуры местного самоуправления. Численность населения сокращалась год от года, город медленно умирал.

Авторы проекта "Творческий город" поставили перед собой цель остановить этот процесс. Партнером и консультантом проекта выступил Ч. Лендри, консультант по развитию городов, создатель уникальной концепции "творческого города". Приоритетной установкой проекта стал девиз "Думать по-новому".

Одним из элементов образа будущего было превращение Хаддерсфилда в место, которое привлекает талантливых людей. В рамках проекта планировалось создать кластер для зарождения и развития творческого городского сообщества, и в первую очередь предполагалось занять несколько зданий в центре города. Потребительские рынки были пусты,

## "Думать по-новому"

магазины, заводы были закрыты, также были закрыты клубы, рестораны, кафе. Абсолютно ничего не было. Авторы проекта хотели стянуть все возможные творческие активы в одно место и создать так называемую творческую массу.

В 1987 году агентство "Comedia" (именно оно подавало заявку на конкурс) обратилось к мэру Хаддерсфилда с предложением помочь городу создать несколько тысяч рабочих мест, чтобы творческие люди, которые в городе есть, смогли зарабатывать деньги через культуру. Поверить в это органам государственного и муниципального управления было, естественно, трудно, поскольку до этого все рабочие места в сфере культуры субсидировались из государственного и муниципального бюджетов. Но мэр поверил.

Первым шагом в реализации проекта был сбор информации и социологическое исследование,

которое показало, сколько творческих единиц существует в городе, каковы их потребности, чем они

занимаются, сколько зарабатывают. Эксперты агентства "Comedia" пришли к выводу, что город имеет свою **неформальную творческую экономику**. В рамках проекта было необходимо сделать этот потенциал Хаддерсфилда видимым и собрать его в единый работающий кластер. Самое главное, чему предстояло научиться, это управлять творчеством. *Ведь именно творчество, по мнению авторов проекта, является неисчерпаемым ресурсом, сырьем в новой экономике.*

В Хаддерсфилде поначалу это было сложно понять, поскольку там долгие годы считалось, что для процветания не нужны никакие новые идеи. Хаддерсфилд был городом-заводом, а люди — не более чем винтиками. Теперь же необходимо было поднять уровень творческой энергетики, убедить горожан в том, что их идеи тоже очень важны. Но одной "энергетической инъекции" недостаточно — **надо помочь людям претворить их идеи в жизнь**. Это было сделано с помощью малых грантов, кредитов (также практиковался малый бизнес-инкубатор).

Еще одним необходимым условием достижения главной цели являлось создание сообществ творческих предпринимателей с тем, чтобы через эти сети продвигать знания, информацию. А затем уже было недалеко и до создания площадок, или платформ, на которых творческие продукты могли бы представляться на рынок. Так были созданы медиacentры, галереи, кафе...

Проект "Творческий город" на сегодняшний день реализован, и его результаты можно считать успешными. Хаддерсфилд начал свой путь к возрождению. Но, по мнению менеджмента проекта, процесс не должен останавливаться, а для этого должны появляться все новые и новые идеи.

Результаты проекта, в том числе и экономические, превзошли все ожидания. Было реконструировано 120 тыс. кв. м рабочего пространства для творческих предприятий; открыто 170 новых предприятий, более 400 рабочих мест создано в информационном центре, а всего в "творческом" кластере — 5000 рабочих мест.

# Культура

как локомотив  
развития  
Города

---

## Керенс (Норвегия)

### Проект "Место встречи России и Норвегии"

Городок Керенс, на севере Норвегии, расположен на границе с Россией. Каждый год через него проходят тысячи туристов. Это последняя остановка, тут расположен аэропорт, откуда туристы улетают в Осло. В какой-то момент возникло естественное желание задержать их ненадолго в Керенсе с тем, чтобы они потратили здесь немного денег. И конечно, нашлись люди, которые придумали, как сделать бывший шахтерский город привлекательным для избалованных впечатлениями путешественников.

Керенс, названный "местом встречи России и Норвегии", стал принимать русских оперных певцов, которые выступают в пространстве пустого завода, или солистов русского балета, которым отданы старые локомотивные депо. Теперь туристы с удовольствием планируют свое путешествие по Норвегии так, чтобы в Керенсе встретиться с Россией.

## Грац (Австрия)

### Проект "Грац — культурная столица Европы-2003"

Начиная с середины 1980-х годов культурные программы возрождения городов стали очень популярными в Европе. Целью таких программ является "сближение европейцев на основе сотрудничества в сфере культуры и тем самым форсирование экономического, политического и культурного объединения стран". Один из проектов — "Культурная столица Европы" — начался в 1985 году, и с тех пор **ежегодно один из городов Европы получает титул ее культурной столицы**. В 1990 году было принято решение выбирать столицу не обязательно из метрополий, а из небольших и малоизвестных городов тоже. На сегодняшний день таких городов уже 20.

В 2003 году культурной столицей Европы стал австрийский город Грац. Основной слоган программы: "Грац — кто бы мог подумать?" ("Graz — who would have guessed?")

В рамках программы была создана ассоци-

ация по управлению реализацией программы. Общий бюджет составил 57 млн евро, из которых 2/3 использовались на события программы, а остальные — на распространение ее результатов. Вклад города Грац в общий бюджет составил 18,2 млн евро, провинции Штирия — 18,2 млн евро, правительства Австрии — 14,5 млн евро, Европейского союза — 0,5 млн евро, спонсорские средства — 3,6 млн евро.

Статус культурной столицы принес Грацу 50 млн долларов инвестиций в новое строительство и реставрацию исторических зданий.

Грац никогда не пользовался популярностью у туристов, возможно, потому, что во времена холодной войны в непосредственной близости от него проходила условная линия раздела Европы на зоны влияния и контроля — пресловутый "железный занавес". В то же время город был своеобразным культурным мостом для художников из Восточной и Западной Европы. Организаторы программы поставили целью привлечь к нему внимание европейцев. По окончании проекта число туристов увеличилось в 2 раза (до 200 тыс. человек). В культурных мероприятиях приняли участие до 2 млн человек. От продажи входных билетов было выручено около 1 млн евро.

Грац, стоящий на пересечении путей из Центральной и Юго-Восточной Европы, — свидетель многих исторических событий. В нем великолепно сохранилась старая часть и гармонично сочетаются самые разные архитектурные стили — от готики, итальянского ренессанса, барокко до модерна и постмодерна XXI века. Поэтому, в расчете на большой приток туристов, главный акцент программы был сделан на архитектурных проектах и важнейшее ее направление получило название "Новый образ Граца: тенденции международной архитектуры".

Многие старые здания были отреставрированы. Построен "Остров на Муре" (Plaza For The New Millennium) — многофункциональный объект, представляющий собой две створки раковины, которые в зависимости от уровня воды либо плывут, либо неподвижно лежат на воде. Внутри — кафе, детская площадка, концертное помещение на 300 человек. Новый выставочный центр "Дружествен-





ный пришелец" претендует на то, чтобы стать одним из центральных в Граце (большой многофункциональный зал используется как студия художников и зал презентации электронного искусства). На базе старого здания фабрики построен концертный зал Хельмута Листа (5000 кв. м), который подходит не только для представлений, но и для записи музыки. На территории городской ярмарки построен еще один зал, который служит для проведения художественных и спортивных мероприятий, ТВ-шоу, ярмарок, конференций). Новый дом литературы вырос из бывшего дома культуры (в здании появились благоустроенный внутренний двор и лифт). Построена башня-тень, копирующая старую часовую башню на горе в центре города. Возле старинной колонны со скульптурой Девы Марии на самом верху появился прозрачный лифт по всей длине колонны.

Все эти постройки — и "удовольствие для глаз", и туристическая приманка-аттракцион, и экономически ликвидные объекты.

В проектах принимали участие архитекторы с мировым именем из Австрии, Англии, Германии, США.

Информационному обеспечению проекта уделялось самое серьезное внимание. По заказу организаторов проекта автобан, местный вокзал, а также один из поездов были специальным образом оформлены художниками. Помимо всестороннего освещения в СМИ, под проект было написано 8 книг, которые раздавались бесплатно на вокзалах, выставках и распространялись по региону.

## Хей-он-Уай (Великобритания)

### Проект "Хей-он-Уай — город книг"

Этот пример любят приводить все эксперты и проектировщики, которые когда-либо занимались программами и проектами возрождения городов через культуру.

Вплоть до 1961 года Хей-он-Уай был ничем не примечательным городком на границе Англии и Уэльса. Его экономика целиком зави-

села от сельского хозяйства, переживавшего в ту пору не лучшие времена. Неподалеку от города сто-

ял замок, в котором с 1903 года обитало семейство известных производителей косметики — Ярдли. Одному из членов этой семьи, выпускнику Оксфордского университета Ричарду Буту, не хотелось переезжать в Лондон, и он решил остаться в Хее и в тишине провинциального городка заняться букинистической торговлей.

Будучи человеком состоятельным, Бут начал приобретать старые книги, и вскоре они заполнили весь замок. Тогда он стал покупать недвижимость в Хее — кинотеатр или, например, здание пожарной части, которые выставлялись на торги. Бут полагал, что, если букинистическая торговля пойдет хорошо, Хей легко приспособится к большому наплыву приезжих и в будущем сможет стать процветающим городом.

В то время предугадать, что **"книжный" городок способен привлечь людей со всего мира**, мог лишь человек, наделенный недюжинным воображением. Однако прошло совсем немного времени, и книжный магазин, расположенный в бывшем кинотеатре, стал самым большим букинистическим магазином мира. Бут выгодно продал его лондонскому бизнесмену, сумевшему понять, что у книготорговли в Хее есть будущее.

К 1970 году Хей стал всемирно известным книжным центром. Сегодня здесь работают более 42 книжных магазинов, в которых можно найти поэзию, прозу, детскую литературу, книги, посвященные искусству, оккультным наукам, истории, военному делу, философии, экономике. Необычная специализация привлекала к городу общественное внимание и множество посетителей. Это позволило Буту и его соратникам — сотрудникам магазинов "Касл-стрит Букс" и "Кемиз Форвард" Д. Адиману и Э. Куку открывать все новые и новые магазины. Постепенно городок, основой экономики которого было сельское хозяйство, почти полностью переориентировался на букинистическую торговлю. Одновременно с этим в Хее появилась переплетная мастерская и типография, специализирующаяся на редких изданиях, а также кафе и рестораны, готовые принять гостей города. Как говорит

# Культура

## как локомотив развития города

Бут: "Продавая книги со всего света, жди покупателей со всего света". Книготорговля проложила дорогу и другим начинаниям: при поддержке газеты "Индепендент" в Хее был основан ежегодный литературный фестиваль, который финансируется из муниципального бюджета.

Экономика Хея стала самоокупаемой. Часть убыточных традиционных магазинчиков перепрофилировались в книжные лавки, и Хей никоим образом не пострадал от спада розничной торговли, который в 1980-х годах испытали на себе многие провинциальные города.

Р. Бут основал Международное движение книжных городов, в числе которых Монтолье на юге Франции, голландский город Бредеворт, бельгийский Реду, Бешерель в Британии, Сен-Пьер-де-Клаже в Швейцарии и Стилуотер в США. Не так давно к ним присоединился норвежский городок Фьерланд и планируют присоединиться Кампонг-Буку в Малайзии и Миягава в Японии. Издаваемый Буттом "Бюллетень международного движения книжных городов" оказывает информационную поддержку образовавшейся сети. Совсем недавно участники Движения обратились в Европейский союз с просьбой оказать финансовую поддержку развитию сотрудничества между книжными городами. Кроме того, они надеются, что субсидии Евросоюза помогут им продемонстрировать всему миру, что **букинистическая торговля способна оживить даже очень маленькие города.**

В настоящее время Хей входит в элитную группу городов мира, занимающихся букинистической торговлей. Популярность его вышла за пределы страны и стала поистине международной. И своими успехами он обязан удивительной преданности одного человека своему городу и его стремлению сделать этот город поистине независимым.

На конец 2004 года в Хее проживало 2500 жителей.

Город принимает 120 000 туристов в год.

За последние годы здесь открылись: 23 общежития, 7 гостиниц, множество мелких пансионов, 32 ресторана и кафе, центр ремесел, 3 бюро по туризму, 2 переплетные мастерские.

## Дигбет (Бирмингем, Великобритания)

### Проект "Кондитерская Фабрика в Дигбете"<sup>1</sup>

В 1887 году в районе Бирмингема под названием Дигбет сгорела фабрика по производству заварного крема. На ее месте построили крупный кондитерский комбинат, на котором работали 12 000 человек, однако в 1980 году большая часть предприятия, включая кремовую фабрику, была закрыта, да и весь район, некогда славившийся прекрасной архитектурой, постепенно потерял былую привлекательность и превратился в так называемую ничейную территорию. Жилые кварталы практически опустели, а на 42 акрах промышленных территорий осталось работать менее тысячи человек.

В 1989 году по просьбе муниципалитета Бирмингема эксперты агентства "Comedia" детально изучили каждый уголок Дигбета и предложили возможные направления развития района. Поразмыслив, **власти города решились превратить Дигбет в квартал искусств и средств массовой информации.** Объектом первой важности суждено было стать бывшей кондитерской фабрике, реконструкцию которой взял на себя предприниматель и энтузиаст Бенни Грэй.

Как только на рынке недвижимости появилась информация о начале реконструкции кондитерской фабрики в Дигбете, на нее тотчас откликнулись более тысячи художников. В настоящее время работы полностью завершены, и все помещения обрели хозяев. Здесь можно приобрести работы художников, а также газету, которую издает культурный центр и которая называется "Заварной крем". Можно не сомневаться в том, что на Кондитерской Фабрике всегда будет царить оживленная творческая атмосфера — гарантией тому служат 60 квартир, выделенных в артистическом квартале студентам Института искусств и дизайна Уэст-Мидлендса. Ведь не секрет, что в последнее время молодым художникам трудно найти недорогое жилье в центре города.

Обитателям Кондитерской Фабрики уже удалось установить тесные контакты с аналогичными центрами в США и Европе. Первый этап реконструкции завершен, и впереди следующие восемь.

<sup>1</sup> См.: Лэндри Ч., Грин Л., Матарассо Ф., Бьянчини Ф. Возрождение городов через культуру. СПб.: Нотабене, 1999.

---

В здании, где прежде находилась пекарня, разместятся репетиционные залы и студии звукозаписи, частные агентства и прочие службы, связанные с музыкальным бизнесом. Территорию "Земляничной ярмарки" решено превратить в выставочный павильон площадью 1400 кв. м. Несмотря на то что этот павильон еще не совсем готов, там проходят выставки студентов художественных колледжей. В здании Старой библиотеки разместятся джаз-клуб и кафе.

Благодаря открытию Кондитерской Фабрики появилось довольно много рабочих вакансий. Это прогнозировалось, поскольку исследования, посвященные общественной роли организаций культуры и искусства, свидетельствуют о том, что они способны обеспечить высокую занятость населения. Новая специализация промышленного района приведет к созданию предприятий малого бизнеса, характерными чертами которых будут высокая доля ответственности предпринимателей и довольно высокая степень риска. Однако, как говорится в манифесте Кондитерской Фабрики, **"для культуры, ценящей свободное предпринимательство и риск и с пониманием относящейся к возможным неудачам, вряд ли найдется что-то лучшее"**.

Хотя некоторые из расположенных на Фабрике организаций находятся на городском бюджете, связь между администрацией города и Фабрикой носит достаточно формальный характер. Сложность проекта, широкий круг заинтересованных сторон и многообразие возникающих проблем (от безопасности до освещения) заставили городские власти создать специальную многоотраслевую комиссию, состоящую из руководителей различных городских служб и призванную раз в квартал встречаться с застройщиками. На заседаниях комиссии представители служб планирования и экономического развития, руководители ведомств, занимающихся проблемами досуга, культуры и образования, размышляют над тем, как Кондитерская Фабрика может повлиять на развитие центра города и какую помощь в этом ей способен оказать муниципалитет.

<sup>1</sup> <http://www.proektfabrika.ru/>

<sup>2</sup> <http://artplay.ru/>

Процветанию Кондитерской Фабрики способствовал целый ряд факторов. Не последнюю роль сыграли городские власти Бирмингема — ведь именно по их инициативе была проведена экспертная оценка заброшенной территории и выработаны предложения по ее реконструкции и развитию.

---

Последний пример особенно интересен тем, что модель реконструкции индустриальных и заброшенных городских пространств сейчас очень активно используется. Примерами могут служить **Шоколадная фабрика в Лондоне, творческие кварталы в Париже, Дублине, Вене, Вильнюсе**. Последняя биеннале в Сан-Паулу (Бразилия) была посвящена именно теме маргинальных городских пространств и вызвала огромный интерес как со стороны культурологов, художников и архитекторов, так и со стороны урбанистов и политиков. Новое содержание старых пространств, их новая жизнь и новая история успеха обеспечивают городам новые экономические возможности, необходимое сегодня качество жизненного пространства, рабочие места и смысл существования.

Аналогичные концепции разрабатываются и в Москве. В частности, ассоциация современного танца "Цех" осваивает заброшенное промышленное здание в Переведеновском переулке, что недалеко от станции метро "Бауманская", создавая там культурный центр с галереей, кафе и мелкими магазинчиками<sup>1</sup>. Успешным примером является Центр дизайна ARTPLAY — крупнейшее в России объединение независимых профессиональных компаний, которые расположились в здании бывшей фабрики "Красная Роза" на улице Тимура Фрунзе<sup>2</sup>.

*Данная тема требует дальнейшего детального изучения и обсуждения, особенно сегодня, когда крупные российские города, включая Москву и Санкт-Петербург, приняли решение выводить промышленное производство из городского центра.*

---



**Фонд "Институт экономики города"**

125009, Москва, ул. Тверская 20/1  
Тел./факс: (495) 363-50-47, 787-45-20  
E-mail: [mailbox@urbaneconomics.ru](mailto:mailbox@urbaneconomics.ru)  
[www.urbaneconomics.ru](http://www.urbaneconomics.ru)

Издание подготовлено и напечатано при поддержке  
Агентства США по международному развитию  
развитию (USAID)  
© Фонд "Институт экономики города", 2006

Дизайн А. Зубков  
Фотоматериалы предоставлены  
Фил Вуд, агентство "Comedia"