



Процессы концентрации населения в крупных и сверхкрупных урбанизированных агломерациях продолжают во всем мире. Образующиеся мегаполисы и мегалополисы поглощают локальные городские культуры поселений. В результате снижается разнообразие укладов жизни и локальных культур – процесс, аналогичный снижению видового разнообразия при деградации биоценозов. Противодействие деградационным процессам включает формулировку идентичности малых городов. Показано, что словесная (вербальная) формулировка идентичности менее эффективна, чем визуальная. На материале города София (Болгария) показаны результаты эксперимента по визуальному выделению идентичности города в виде серии графических коллажей. **Ключевые слова:** архитектура; урбанистика; малые города; исторические города; идентичность города; маркетинг мест; экономика переживаний; новая экономическая география; София./

The processes of population concentration in large and super-large urbanized agglomerations continue throughout the world. The resulting megacities and megalopolises absorb local urban cultures of the settlements. As a result, the diversity of lifestyles and local cultures is reduced – a process similar to the reduction of species diversity during the degradation of biocenoses. Counteraction to degradation processes includes the formulation of the identity of small towns. It is shown that the verbal identity formulation is less effective than the visual one. The material of the city of Sofia (Bulgaria) shows the results of an experiment on the visual identification of the city's identity as a series of graphic collages.

Keywords: architecture; urban studies; small cities; historical cities; city identity; marketing of places; economy of experiences; new economic geography; Sofia.

< Агония

Скан сетчатки города

Визуальное выражение идентичности городов и конкуренция между ними /

The City's Retina Scan

Visual Expression of the Identity of Cities and the Competition Between Them

Введение. Большие пожирают малых

Люди расселены по лицу Земли крайне неравномерно, и эта неравномерность продолжает нарастать. Крупные города растут опережающими темпами, высасывая ресурсы из окружающих территорий. Образуются зоны сплошной урбанизации, мегалополисы, супергорода, легко преодолевающие государственные границы. Еще в 1989 году французский демограф Роже Брюне зафиксировал образование зоны концентрации населения в Центральной Европе: от юга Великобритании (Манчестер, Бирмингем, Большой Лондон) через «фламандский ромб», Рурский регион, французские и немецкие земли вдоль Рейна, Швейцарию и промышленный северо-запад Италии. По форме эта область похожа на банан в профиль, и Брюне первоначально предложил назвать ее «Прорастающий банан» (Boom Banana), но позже не устоял перед соблазном поиграть словами, и область стала называться «Голубой банан» (Blue Banana). Именно здесь сосредоточена треть населения Европы, причем «банановый» дрейф продолжается: сюда движутся человеческие потоки и с востока, и с запада [3].

Аналогичные процессы идут в самых различных регионах мира. На фоне замедляющегося роста общечеловеческой популяции супергорода растут все быстрее – а это значит, что маленькие города становятся все меньше или вовсе исчезают с лица Земли. По данным ООН, процессы концентрации населения в мегаполисах и мегалополисах будут продолжаться, по крайней мере, до 2030 года [6].

В России концентрация населения также принимает острые формы. Население Большой Москвы уже приближается к 20 миллионам и продолжает расти опережающими темпами (быстрее, чем популяция страны в целом). При этом плотность населения в центральных районах города превышает 1000 человек на квадратный километр, внутри «Большой бетонки» (Московское большое кольцо, МБК) – 160 человек, но на окраинах Московской области падает до 2–4 человек на кв. км и даже меньше [10]. Подобные крутые градиенты наблюдаются и возле остальных городов-миллионников. Крупные города, как воронки, стягивают к себе ресурсы – в первую оче-

редь, человеческие, а ресурсы крупных городов утекают в города сверхкрупные.

Может показаться, что в этом процессе нет ничего такого, с чем бы следовало бороться. Предположим, что концентрация населения будет и дальше развиваться беспрепятственно; в таком случае через несколько десятилетий большинство населения Земли окажется сосредоточено в одном гипергороде, расположенном где-нибудь в тропиках. Гипергород займет площадь около миллиона квадратных километров (при плотности населения 10000 человек на кв. км) – примерно, как сегодняшняя Иркутская область. Вся остальная территория планеты останется свободной от людей. В гипергороде, разумеется, будут районы компактного проживания по культурному, религиозному и национальному признаку, как в современных мегаполисах – мусульманский квартал, китайский, немецкий, русский... но единый образ жизни довольно быстро сотрет различия. Через несколько поколений культурное разнообразие исчезнет, усреднившись до некоего общечеловеческого стандарта.

текст
Константин Лидин /
text
Konstantin Lidin

v Портал Героев





^ Вдохновение



^ Диалог

1. Подобные процессы можно наблюдать на примере Японии, в которой большая часть населения оказалась стянута в мегалополис Токайдо–Тайхэй, оставив безлюдными целые регионы страны. Тяжелая комплексная стагнация в современной Японии – демографическая, социальная, экономическая – грустная реальность [4]. Возможно, высокий уровень концентрации населения – не единственная причина кризиса, или даже и вовсе не причина, а признак, но связь между этими явлениями вполне очевидна.

Параллельно с этим усреднением неизбежно вырастут процессы культурного упадка и вырождения – примерно так же, как вырождается биоценоз при уменьшении разнообразия входящих в него видов. В стандартизированной и единообразной культурной среде исчезнет движущая сила любого развития – энергия соревнования, противоречий и взаимного обогащения.

В масштабах России можно представить себе сценарий развития, при котором Москва, Санкт-Петербург и Краснодар срастаются в единый мегалополис и стягивают в себя большинство жителей страны, так что Поволжье, Урал, Сибирь и Дальний Восток утрачивают постоянное население и эксплуатируются вахтовым методом. В самом «российском мегалополисе» неизбежно будут происходить процессы сплавления разнообразных местных культур в некую единую культуру «понаехавших». Это не будет культура принимающего города – так же, как иммигранты в Москву или Санкт-Петербург не могут перенять культуру коренных москвичей и петербуржцев. Нет, в плавильном котле гипергорода выварится культура гораздо более примитивная, монотонная и убогая, чем любая из исходных локальных культур. Возникнет уклад жизни, сосредоточенный на самых животных формах консюмеризма с единственным смыслом и содержанием – заработать и потратить как можно больше денег, пропитанный собачьей тоской, тревожностью и смутной агрессией ко всем окружающим. Жизнь в мегалополисах уже сейчас демонстрирует весь набор типичных проблем супер-концентрации людей – от массовых форм депрессии до вспышек бессмысленного насилия. Гипергород усилит эти тенденции многократно¹.

Итак, урбанизация в своих крайних формах грозит катастрофическим истощением «видового разнообразия» локальных городских культур. Но могут ли малые города что-либо противопоставить пожирающему влиянию мегалополисов?

1. Новая экономическая география подсказывает выход
 Научная премия по экономике имени Альфреда Нобеля за 2008 год была вручена Полу Кругману за серию работ по новой экономической географии (НЭГ). Нельзя сказать, что Пол Кругман единолично открыл эту новую область. У теории НЭГ было множество «родителей»

и предшественников. Но именно Кругман привел теорию к настолько совершенному виду, чтобы получать конкретные практические рекомендации.

Один из важнейших выводов из теории НЭГ гласит: даже небольшой город может стать центром опережающего развития и перейти от положения «жертвы» более крупного соседа к положению, когда он сам начнет расти и развиваться за счет ресурсов окружающей среды. Для этого городу нужно вынести на рынок нечто уникальное, нечто такое, чего на рынке до сих пор не было. И в этом новооткрытом сегменте рынка, пока конкуренты еще не успели отреагировать, у города есть шанс вырваться вперед и пойти путем опережающего развития [1].

Разумеется, речь идет не о производстве чего-то вещественного. Любые вещи выгоднее производить в уже имеющихся глобальных центрах по производству вещей (большинство таких центров сегодня находится в регионах с дешевой рабочей силой, в первую очередь – в Южной Азии).

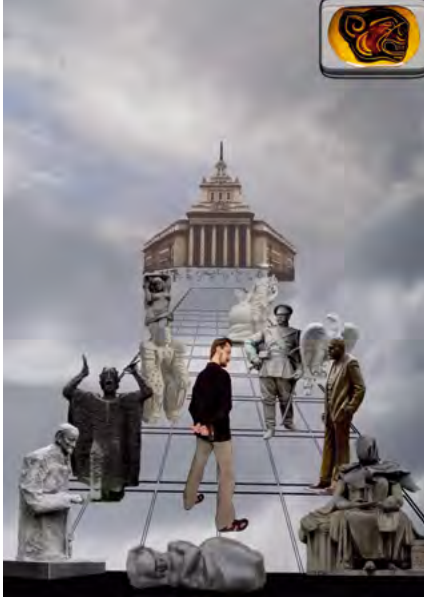
Новые центры могут возникать в области производства образов.

Производство эмоционально нагруженных образов уже довольно давно исследуется в качестве полноценного сегмента экономики, так называемой «экономики переживаний». В него входят не только такие очевидные сферы, как индустрия развлечений, игровая индустрия, реклама и пропаганда, туризм и тому подобное. Огромные средства вращаются в различных видах дизайна, в архитектуре, на рынках произведений искусства, в спорте. Рынки образов далеки от насыщения; человечество жаждет больше, больше разнообразных эмоций и готово за них платить [5].

Новая экономика подсказывает путь, выбирая который, малые города могут избежать участи депрессивных, убывающих и исчезающих населенных пунктов [9]. Этот путь, в духе барона Мюнхгаузена, предполагает осознание своей идентичности, своего уникального образа, формулировку его в удобной для восприятия, убедительной (когерентной) форме – и затем, как за собственную косичку, вытаскивание себя из депрессивного болота [1].

2. Сделайте мне уникально

Эмоционально нагруженные образы все еще произво-



^ Люди и камни



^ Драгоценная печаль



^ Томление



^ Культ уныния



^ Опора в себе

дятся кустарным способом, требующим значительной доли человеческого труда высокой квалификации. Речь идет не о копировании предметов-носителей образа, а о производстве самого образа. Можно купить платье на выставке высокой моды, распороть его, снять лекала и начать выпускать такие же платья массовым тиражом (прием, весьма популярный среди китайских производителей). Для такой операции не нужно ничего, кроме налаженной технологической цепочки и эластичной совести. Но для того, чтобы придумать эту модель, подобрать ткань, цвет, отделку, чтобы преодолеть естественное сопротивление материала и среды – нужно редкое сочетание таланта, творческой смелости и удачи. Все это не поддается алгоритмизации. Никто не знает механизмов, по которым возникают сильные, впечатляющие и, главное, уникальные образы.

Принципиальная неповторимость каждого конкретного случая, когда маленький город добился успеха в поисках своего уникального образа – прямое следствие самой природы такого образа. Широко известна история успеха города Мышкин в Ярославской области, который построил свой оригинальный образ на игре с собственным названием. Мышка, персонаж из сказок и мультфильмов, несет сильный заряд эмоций умиления (хотя реальная мышь – довольно-таки противный, неопрятный и пакостливый грызун). Тем не менее, город Мышкин выиграл этот конкурс. А ведь недалеко от него, в Самарской области, есть поселок Кошкин. Если бы руководство этого населенного пункта чуть раньше вступило в конкурентную гонку, шансов у него было бы больше. Все-таки образ кошки по силе обаяния и богатству эмоций гораздо мощнее, чем образ мышки. Но Мышкин начал первым – и выиграл, а победитель получает все.

Что же делать? Надеяться, что каждому из малых городов в сжатые сроки удастся случайно набрести на формулу своей уникальности – дело пустое. Само количество небольших городов настоятельно требует, чтобы была придумана некий общий способ поиска уникальной идентичности каждого из них. Как ни парадоксально это звучит, нам нужна технология, алгоритм поиска чего-то, принципиально неалгоритмизуемого. И такие попытки непрерывно происходят. Руководство и просто группы

энтузиастов многих городов пытаются определиться с вопросом об уникальной «самости» своего города. Иногда, не доверяя своим силам, приглашают команды экспертов со стороны. Так, недавно группа специалистов пыталась выделить формулу идентичности Иркутска, некоей «иркутскости». Результат, скажем прямо, получился очень сомнительный и мало кого удовлетворил [8]. Да и в других городах, где проводились аналогичные попытки, об особых успехах не сообщалось [7]. Но ведь есть же города, нашедшие свою уникальную идентичность – значит, это возможно.

3. Один раз увидеть

Поиски методов работы с уникальными образами идут во всем мире. Правда, задача идентификации уникальных объектов в основном разрабатывается применительно не к городам, а к людям. Обеспечение безопасности доступа к базам данных и к сервисам (в первую очередь – в среде интернета) требуют разработки надежных методов, позволяющих отличать одного человека от другого. Надо заметить, что люди и даже животные легко решают подобные задачи, начиная с первых лет жизни. Развитие компьютерных сетей потребовало обучить этому навыку машину – и, как это часто случается, компьютер теперь способен распознавать индивидуального человека и быстрее, и надежнее, чем сам человек. Так, сеть крупного банка должна безошибочно узнавать каждого из нескольких десятков миллионов клиентов.

На первых, начальных уровнях идентификации используются специальные слова – пароли, состоящие из букв и цифр (адрес электронной почты, номер мобильного телефона). Средний уровень надежности обеспечивает набор из таких паролей (номер СНИЛС, ИНН, данные паспорта). Но действительно высокий уровень идентификации достигается при использовании не словесных паролей, а изображений – фотографии в паспорте или предъявление лица на веб-камеру. Очевидно, на следующих ступенях повышения надежности идентификация будет опираться на изображения все более сложного и интимного характера – например, на сканированную картинку сетчатки глаза.

Кстати, фотографии в паспорте появились около ста

лет назад именно в связи с резким усилением миграционных потоков после Первой мировой войны, когда потребовалось устанавливать идентичность большого количества людей. Раньше хватало словесного описания некоторых черт внешности – цвета глаз, формы лица, роста и типа телосложения.

Причины перехода от словесных конструкций к изображениям носят принципиальный характер. Словесный язык изначально состоит из размытых, нечетких единиц (слов и грамматических конструкций). Каждое слово живого языка несет не один смысл, а некое размытое поле смыслов (семантическое поле). И это относится не только к абстрактным понятиям (вроде понятия «любимый город»), а и к самым, вроде бы, конкретным. Что, например, означает слово «красный»? Даже без специальной тренировки человек различает больше ста тысяч оттенков красного цвета. Всего же мы различаем от полутора до трех миллионов цветов, в десять раз больше, чем слов

в современном русском языке. А ведь в формировании визуального высказывания участвует еще и композиция, и фактура, а иногда – динамика изображения. Хотя бы отсюда видно, насколько визуальный «язык» богаче и точнее, чем вербальный.

При соединении слов смысловая размытость умножается: чем длиннее текст, тем больше разных смыслов можно в нем отыскать. Энтропия текста нарастает быстро, так что словесное описание самости города в итоге теряет какой-либо конкретный смысл и может означать, буквально, что угодно. А ведь наша задача – обнаружить и зафиксировать очень тонкие различия, позволяющие выделить именно этот город среди сотен и тысяч похожих на него городов-конкурентов.

4. Разные люди ищут счастье в Софии

Теоретические построения в области визуального поиска самости города привели нас к необходимости их экспериментальной проверки. В качестве объекта был выбран



^ Обедня

город София, в котором я сейчас живу. Софию трудно отнести к малым городам: это столица довольно крупного (по европейским масштабам) государства и город-миллионник. С другой стороны, в контексте урбанизированной Европы София занимает промежуточное положение между малыми историческими городами Болгарии и зоной «голубого банана». С одной стороны, в Софию движутся люди из депрессивных восточных зон страны, из Украины, из России, Ирана и так далее. С другой стороны, «софиянцы», особенно молодежь, массово стремятся уехать на запад.

У города длинная тысячелетняя история (бани и купальни на горячих минеральных источниках здесь строили и римляне, и византийцы). В период болгарского Возрождения, после 1878 года и Сан-Стефанского договора, София превратилась в крупный центр международной торговли и обогатилась массой очаровательных зданий в своеобразном варианте стиля сецессион. Вторая половина двадцатого века оставила множество

величественных и добротных памятников социалистического ампира. Есть в городе и современные постройки в духе деконструктивизма и подражания сэру Норману Фостеру. Нельзя не заметить и отчетливые (пока только фрагментарные) признаки депрессии – облесленные и даже руинированные «трупы зданий», заброшенные пустыри и одичавшие парки, дикие сочетания сверхплотной застройки с огромными пустующими пространствами. Рынок жилья в Софии находится в состоянии стагнации – сочетание нелепо завышенных цен со значительной долей невостребованного жилья (в городе пустует около 25% жилого фонда). В общем, вполне типичный пример участника конкурентной гонки городов.

Наш эксперимент заключался в попытке сформулировать самость города Софии, не выходя из визуальной плоскости. Мы исходили из предположения, что на визуальной плоскости «софийскость» не только существует, но и воспринимается горожанами. Восприятие это носит в основном бессознательный характер – примерно



^ Сказочные амбиции

так же, как мы узнаем человека по индивидуальным чертам внешности, но не можем назвать эти черты словами. В группе добровольцев, участвовавших в эксперименте, находились как коренные жители Софии, так и мигранты, приехавшие в город от шести месяцев до десяти лет назад.

Эксперимент протекал в три этапа.

На первом этапе каждому участнику предлагалось выбрать ключ к наиболее привлекательному для него эмоциональному состоянию. В качестве ключей мы использовали коллекцию украшений – брошей и подвесок в технике перегородчатой эмали. Украшения, однотипные по технике изготовления, представляли широкий спектр эмоциональных состояний.

На втором этапе участник надевал выбранное украшение, которое помогало ему прийти в нужное эмоциональное состояние и оставаться в нем. Проводилась фотосессия, в течение которой мы фотографировали этого участника на нейтральном фоне, но таким образом, чтобы максимально точно зафиксировать его эмоции в позе, жестах и выражении лица.

Третий этап эксперимента заключался в том, что мы находили (с помощью участника) такое место в Софии, которое по своему эмоциональному содержанию как можно лучше соответствовало бы эмоциональному состоянию, выбранному и зафиксированному (с помощью ключа) на первом этапе эксперимента.

Четвертый этап заключался в изготовлении коллажной картины, включающей изображение ключа (эмалевого украшения), фотографий участника и фотографий выбранного уголка Софии.

В общей сложности у нас получилось двенадцать картин. Эмоциональные состояния, отраженные в них, варьируются в широком диапазоне. Соответственно различаются и композиционные, и цвето-фактурные ключи картин. Тем не менее, все они вполне отчетливо образуют серию – то есть демонстрируют общие элементы. Некоторые из общих элементов легко поддаются анализу. Так, все картины получились графичными: даже в тех случаях, когда цвет весьма активен, он играет подчиненную роль. Композиционно все картины весьма устойчивы и уравновешены. Мелкая, подробная детализация картин не бросается в глаза, множество подробностей как бы «выплывает» из неглубокого пространства картин при долгом разглядывании. Все это и многое другое, что не поддается словесному пересказу – немного грустное и тонкое, как гравюра по серебру – и составляет уникальную «софийскость», самость города, выраженную визуальным языком.

Показательно, что все участники эксперимента согласились с нашей трактовкой образа города «кот их имени». Каждый заявил, что уверенно узнает именно этот город и свое состояние в нем. Состояние выбранное, наиболее приятное и комфортное, то есть состояние счастья. И в этом, на наш взгляд, заключается самый важный результат эксперимента. Самость города не сводится к набору уникальных фактов из его истории, географического положения, природных или рукотворных достопримечательностей – ни к чему, что можно пересказать словами.

Самость города, его конкурентное преимущество и уникальность заключаются в тех неповторимых способах, которыми разные люди в этом городе могут быть счастливы – каждый по-своему, по-разному. Но что-то общее обнаруживается, проступает сквозь индивидуальные образы счастья конкретных людей. Это «нечто общее», трудно выразимое словесным языком, и есть идентичность города, его самость и его шанс уцелеть в сегодняшнем и завтрашнем мире.



< Циклон приключений

Литература

- Anholt, S. (2016) Places. Identity, Image and Reputation. Palgrave Macmillan UK. London
- Hassink R., Huiwen Gong (2019) New Economic Geography. In: The Wiley Blackwell Encyclopedia of Urban and Regional Studies. URL: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781118568446_eurs0222
- Brunet R. (1989) Les villes europeennes. DATAR, Paris
- Mullins M. R., Koichi Nakano (editors) (2016). Disasters and Social Crisis in Contemporary Japan. Political, Religious, and Sociocultural Responses. Palgrave Macmillan UK, London
- Pine J., Gilmore H. (1999) Experience economy. – Harvard Business school press. – Boston, Massachusetts
- The World's Cities in 2018. – URL: https://www.un.org/en/events/citiesday/assets/pdf/the_worlds_cities_in_2018_data_booklet.pdf
- Лидин, К. Л. Кварталы: Пять слоев счастья: Способно ли горожанство сделать людей счастливее? // Проект Байкал. – № 46. – 2015. – С. 58–62
- Лидин, К. Л. Никакой мистики, только бизнес: Имидж как экономическая категория развития территорий // Проект Байкал. – 2018. – № 58. – С. 30–35
- Лидин, К. Л. Я, город // Проект Байкал. – 2014. – № 42. – С. 50–55
- Перельгин, Ю. А. Большая Москва // Управление развитием территорий. – 2013. – № 1. – URL: <http://www.gisa.ru/96565.html>

References

- Anholt, S. (2016). Places: Identity, Image and Reputation. London: Palgrave Macmillan UK.
- Brunet, R. (1989). Les villes europeennes. Paris: DATAR.
- Hassink, R., & Gong, H. (2019). New Economic Geography. In The Wiley Blackwell Encyclopedia of Urban and Regional Studies. Retrieved from https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781118568446_eurs0222
- Lidin, K. (2014). Me, the City. Project Baikal, 11(42), 50-55. doi:10.7480/projectbaikal.42.787
- Lidin, K. (2015). Quarters, Five Layers of Happiness: Can urbanism make people happier? Project Baikal, 12(46), 58-62. doi:10.7480/projectbaikal.46.945
- Lidin, K. (2018). It's Not Mysticism, It's Just Business. Project Baikal, 15(58), 30-35. Retrieved from <http://www.projectbaikal.com/index.php/pb/article/view/1391>
- Mullins, M. R., & Koichi Nakano (Eds). (2016). Disasters and Social Crisis in Contemporary Japan. Political, Religious, and Sociocultural Responses. London: Palgrave Macmillan UK.
- Perelygin, Yu. (2013). Bolshaya Moskva [A Big Moscow]. Management of territory development, 1. Retrieved from <http://www.gisa.ru/96565.html>
- Pine, J., & Gilmore, H. (1999). Experience economy. Boston, Massachusetts: Harvard Business school press.
- The World's Cities in 2018. (n.d.). Retrieved from https://www.un.org/en/events/citiesday/assets/pdf/the_worlds_cities_in_2018_data_booklet.pdf