

СЕМАНТИЧЕСКАЯ СРЕДА КАК ЦЕННОЕ ИМУЩЕСТВО город в точке бифуркации

текст

Константин Лидин

В современной градостроительной теории активно обсуждается проблема так называемых убывающих городов. Из этих городов десятками тысяч уезжают люди, оставляя пустующие здания, распадающуюся инфраструктуру, обесцененную недвижимость. Но не только население убывает в таких городах. Обескровливая целые регионы, из них утекает информационное содержание: интерес инвесторов, перспективы развития, привлекательность для трудоспособных мигрантов. Судьба убывающего города настаивает не только второстепенные и малоизвестные населенные пункты – «богатые и знаменитые» тоже оказываются в этом ряду. Вот несколько примеров:

Бремен, Германия (потеря населения за 1970-2000 годы составила 53 130 человек, что равно 8,93% от общей численности);

Дрезден, Германия (потеря населения за 1987-2003 годы – 36 187 человек, или 6,1%);

Бирмингем, Великобритания (потеря за 1960-2000 гг. – 98 070 человек, или 28,77%);

Цинциннати, США (потеря за 1950-2000 гг. – 172 710 человек, или 34,27%);

Бильбао, Испания (потеря за 1981-2000 гг. – 78 700 человек, или 18,18%)¹.

Существование убывающих городов выглядит вполне закономерным явлением, обратной стороной роста мегаполисов и мегалополисов. Быстрое, опережающее естественный прирост населения возрастание людности агломераций (например в нижнем течении Рейна) неизбежно сопровождается оттоком населения из других регионов (например из Саксонии) за счет внутренней миграции. Однако логичность происходящего вряд ли может служить утешением для жителей пустующих земель. Перспектива превращения некогда процветающих городов в обезлюдившие пустыри тревожна и печальна.

Сегодняшнее положение Иркутска обладает многими признаками так называемой бифуркационной точки развития (термин И. Пригожина²). Из точки бифуркации возможны два пути дальнейшего развития. Один путь ведет к росту и превращению Иркутска в «мегалополис регионального масштаба». Второй – к ситуации убывающего города. Тенденции и в ту, и в другую сторону отчетливо обнаруживаются в иркутской действительности. Заметим, что даже слабое воздействие на систему в точке бифуркации может повлиять на выбор траектории развития – то есть вызвать очень большие последствия.

Власти убывающих городов пытаются переломить уподобные тенденции, используя разнообразные приемы и подходы. Одним из самых перспективных «локомотивов» считается рост туристической привлекательности города. Все вышеперечисленные убывающие города известны в архитектурной среде новейшими и очень яркими проектами (например музей Гугенхайма в Бильбао), которые замысливались и строились как туристические «магниты».

Поток туристов с точки зрения экономики представляет собой почти идеальный источник доходов. Потребляет он только услуги инфраструктуры (абсолютно возобновляемый ресурс), а приносит весьма серьезные суммы в конвертируемой валюте.

Давайте разберемся: что же покупает турист за свои доллары или евро? Проживание туриста в Иркутске обходится ему, по самому скромному расчету, в 30-50 USD в день, тогда как для среднего иркутянина день жизни в го-

роде обходится в 200-300 рублей. За что турист переплачивает трех-шестикратную цену жилья, питания, транспорта? Ответ прост: турист платит за впечатления, за переживания – за информацию. То же самое информационное содержание отличает цену книги от цены двухсот граммов бумаги плюс чайная ложка типографской краски.

О чем повествуют улицы и строения Иркутска? На каком языке? В каком состоянии находится «текст» и удобно ли его читать? Рассмотрим город Иркутск в качестве книги. Доступна ли восприятию туриста семантическая среда города?

В начале туристического сезона этого года популярная британская газета «Independent» опубликовала путеводитель для потенциальных посетителей Сибири³. Некоторые формулировки статьи настолько выразительны, что хочется процитировать их без изменений: «В Сибири космополитическая культура – не главное. Ее города – скорее база, с которой можно отправляться на исследование окружающей среды... По Сибири рассыпаны обломки государственного социализма. Коммунистическая партия свято верила в победу человека над его окружением, и некоторые сибирские города были намеренно построены в как можно более суровой среде, чтобы «доказать» способность человека покорять и завоевывать неприступную природу... Все доводы целесообразности их существования теперь забыты, население этих «экспериментальных» городов уменьшается в год на 10% по мере того, как жители уезжают. Примером странного наследия советской веры в «самосовершенствование через культуру» служит наличие в сибирских степях театров оперы и балета, например в мрачном во всем остальном городе Улан-Удэ».

Авторы путеводителя по Сибири упоминают всего несколько городов: Тобольск, Тюмень, Новосибирск, Томск, Барнаул, Иркутск, Улан-Удэ. При этом о Новосибирске, например, сказано лишь, что в этом городе мало привлекательного для путешественника. Единственная достопримечательность Улан-Удэ, по мнению авторов путеводителя, это Самая Большая в Мире Голова Ленина.

Абзац, посвященный Иркутску, чуть более благожелателен: «Иркутск – самый посещаемый сибирский город. Частично этим он обязан сохранившимся свидетельствам о ранних поселенцах, в том числе декабристах. Это офицеры, которые в 1825 устроили неудачное восстание против царя. Многие были отправлены в ссылку в это пустынное место вместе с женами и семьями. С того времени город стал столицей Восточной Сибири и воротами к озеру Байкал (см. ниже), которое находится в 70 км от города; туда можно добраться по дороге или на судне на подводных крыльях». Ниже следует несколько восхищенных абзацев о Байкале, причем автор путеводителя добавляет несколько личных строк: «Мое самое любимое выражение используется в бельгийских туристических книжках: «Наше озеро больше вашей страны».

Для британских журналистов Сибирь в целом и Иркутск в частности выглядят, как гигантская пустыня, в которой лишь изредка попадаются элементы, обладающие каким-то смыслом (семантические события). Книга, в которой короткие отрывки текста разделены тысячами пустых страниц.

Какая несправедливость! Неужели городская среда нашего города так уж пуста и бессмысленна, так бедна семантическим содержанием? Да нет же, очень многие строения и ансамбли в Иркутске обладают историческим и

1. Образ. Градостроительство. Убывающие города // ПроектInternational/ № 06 (13), 2006 г. – С. 110.
2. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. – М.: Наука, 1986 г.
3. Neil McGowan, Simon Calder/ Guid to Siberia // The Independent, 17 июня 2006 г. / Пер. ТАЙГИ.info <http://taigainfo.ru/foreign/>

культурным смыслом – но почему эта информация не воспринимается туристами?

Рассмотрим самый простой случай: архитектурный объект (здание), один из фасадов которого представляет собой семантическое событие. Например, здание Управления Восточно-Сибирскими железными дорогами. Его фасад, выходящий на улицу К. Маркса, – яркий образец стиля «сталинский ампир», исторически и идеологически очень содержательного явления советской культуры. Лучше всего этот фасад воспринимается фронтально, с противоположной стороны улицы. В этом положении зрителя средний угол зрения (90° по горизонтали) не позволяет увидеть весь фасад, «вырезая» лишь его центральную часть (схема 1). Чтобы воспринять фасад полностью, следует рассмотреть его под несколькими углами – пройти вдоль улицы. Физиологи уверяют нас, что полноценное восприятие продолжается, пока угол между лучом зрения наблюдателя и плоскостью фасада не станет меньше, чем 45° .

Область, выделенная на схеме штриховкой, составляет так называемый «конус визуального восприятия». Внутри конуса располагаются одна или несколько точек оптимального восприятия. Как показали исследования Научно-исследовательского и проектного института градостроительства⁴, оптимальное расстояние от зрителя до объекта таково, чтобы визуальные размеры объекта составляли от трети до половины горизонтального размера поля зрения (визуального кадра). Из геометрических соображений видно, что в таком случае оптимальное расстояние равно горизонтальному размеру объекта либо больше него в один-полтора раза.

В более сложном случае (например, если расстояние

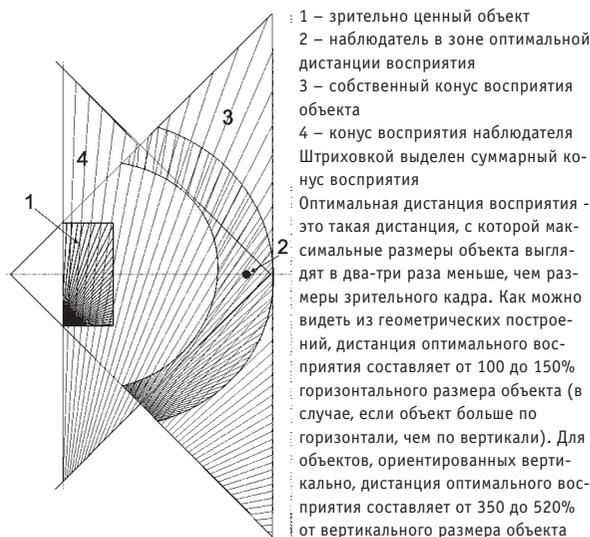


Схема 1. Отдельно стоящий объект с единственным фасадом, представляющим зрительную ценность. Построение конуса восприятия

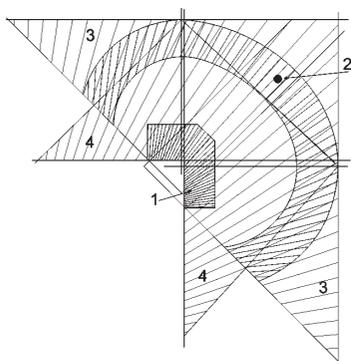


Схема 2. Отдельно стоящий объект с двумя фасадами, представляющими зрительную ценность

между наблюдателем и объектом может меняться, а интерес представляет не один фасад, а два) конус восприятия приобретает более сложную форму (схема 2). Однако в любом случае внутри конуса восприятия не должно быть посторонних объектов, заслоняющих (экранирующих) интересующий зрителя объект. Требование простое и очевидное, но как же часто оно нарушается на иркутских улицах!

Один из наглядных примеров нарушения законов зрительного восприятия представляет собой памятник на углу улиц Первой Советской и Декабрьских Событий – танк «Иркутский комсомолец». Можно очень по-разному относиться к социалистической идеологии и к советскому строю, но вряд ли кто-то станет отрицать историческое и культурное значение Великой Победы. Старенькая «тридцатьчетверка» многое могла бы рассказать туристам (да и жителям города – по крайней мере, молодым). Насколько ее рассказы доступны зрителю? Что происходит внутри конуса восприятия памятника?

С двух сторон конус восприятия памятника ограничен оградой музея-усадьбы Сукачева. С двух остальных сторон имеют место крупные транспортные потоки. Размеры памятника, включая постамент и площадку вокруг него, – около двадцати метров, что дает нам оптимальную дистанцию восприятия 20-30 метров. В результате с оптимальной дистанции танк можно увидеть и сфотографировать «профиль» – со стороны магазина «Коробейники» и «анфас» – со стороны остановки общественного транспорта в направлении площади Декабристов. Профильное восприятие памятника затруднено тем, что левая сторона улицы Советской заметно выше, чем правая, так что от «Коробейников» танк смотрится в искажающем восприятии ракурсе – сверху.

Вдоль улицы Советской ракурс оптимальный и дистанция восприятия памятника наиболее длинная, и, следовательно, имеется больше всего возможностей для его разглядывания и фиксирования. Заметим, что для фотографирования удобнее выбирать расстояние несколько больше оптимального и компенсировать его функцией «зум» фотоаппарата.

Однако именно здесь у зрителя возникают сложности. С максимальной дистанции – от остановки (фото 1) – памятник выглядит очень маленьким, расстояние гораздо больше оптимального. Но уже из этой точки видно, что конус восприятия танка экранирован множеством объектов. В поле зрения оказывается громоздкая конструкция из

Фото 1





Фото 2

сдвоенных биллбордов (суперсайт). Рекламистов можно понять: оживленная магистраль, интенсивный транспортный и пассажирский поток – место для размещения рекламы очень выгодное. Кроме того, несколько лет назад на «островке» были размещены декоративные светящиеся конструкции (что-то вроде очень больших одуванчиков из трубок «дюралайт»). В этом году «одуванчики» были дополнены металлическими этажерками с висящими на них цветочными горшками. И те, и другие конструкции активно вторгаются в конус восприятия памятника «Иркутский комсомолец», они неизбежно оказываются в кадре, какую бы точку вблизи оптимального расстояния ни занимал зритель (фото 2).

При дальнейшем приближении к памятнику, когда «этажерки» скрываются из виду, зритель уже оказывается на проезжей части, где ему, понятное дело, не до созерцания памятников. А затем, перейдя дорогу, он попадает вплотную к танку – гораздо ближе оптимальной дистанции восприятия.

Какой смысл заключен в декоративных и рекламных

конструкциях, экранирующих памятник в честь Великой Победы? О чем расскажут зрителю (туристу, иркутянину) «одуванчики» и «этажерки»? Как связаны висящие в воздухе цветочные горшки и неуклюжие рекламные треножники с семантической средой Иркутска, с его историей, с его уникальным имиджем, климатом, географическим положением?.. Детская радость от ярких цветов и бегущих огоньков рядом с памятником чем-то похожа на раскрашивание фломастерами скучной взрослой книжки про войну – прямо поверх текста.

Хаотическая экранированность конусов восприятия наблюдается у большинства архитектурно-исторических объектов Иркутска. Иногда причины выглядят естественно: например, вокруг комплекса Крестовоздвиженской церкви так разрослись деревья, что здание практически полностью скрылось из виду. Однако гораздо чаще семантические события города теряют способность к восприятию в результате непродуманной застройки и, главное, – беспорядочного размещения крупноформатных объектов рекламы. Многие здания и комплексы, интересные для туристов, и так выглядят неважно и давно уже просят ремонта. Когда же рядом с потрепанным фасадом замечательного здания Русско-Азиатского банка оказывается супер-яркая конструкция с очередным «Мы открылись!!!» – впечатление от памятника архитектуры оказывается полностью разрушенным.

Виды на памятники истории и архитектуры являются ценным имуществом. Эти зрительные кадры и конусы восприятия приносят доход и способствуют развитию региональной экономики – но только в том случае, когда их семантическое наполнение удобно для восприятия. Когда о зрителе заботятся, подсказывают ему наиболее выгодные и эффектные точки для созерцания и фотографирования, когда интересные кадры не перегорожены случайными объектами – тогда благодарный зритель готов платить.

Отсутствие заботы о семантической среде города и ее восприятию – это тоже форма выбора в точке бифуркации. Если дать дополнительный шанс визуальному хаосу, то вырастут шансы поворота Иркутска по траектории убывающего города. И кто знает, не окажется ли в итоге дорогостоящая реклама чем-то вроде кучки пестрого мусора посреди обезлюдившего пустыря.

