

Борис ЕРОФАЛОВ

## КУЛЬТУРА МЕГАПОЛИСА VS ГОРОДСКАЯ СРЕДА

### Тезисы сомневающегося

**Мы живем в такое время!** Нижеследующие тезисы строятся, исходя из предположения о наличии специальной архитектурной культуры, не тождественной культуре места вообще и культуре города в частности. И если при патерналистском посредничестве устойчивого управления (например, в СССР) создавалась видимость, или очевидность, профессионального архитектурно-градостроительного управления средой, то сегодня эта цеховая самонадеянность многократно осмеяна и развеяна. Почему?

Что прежде всего влияет на форму функционирующего, и поэтому уже как бы «исторического», города?

Коммерческий интерес?

Буква нормативных предписаний?

Функциональная целесообразность?

Или стоимость сотки и квадратного метра?

На самом деле изменения в процессе городского функционирования происходят на наших глазах, ежедневно, на протяжении двадцати лет. Главный фактор — смена организационно-управленческого фокуса, выстраиваемого над территориями, в социальном и экономическом плане. Приватизация, в худшем смысле этого слова, меняет не только функционально-планировочные характеристики городских районов («промконверсия»), но и некогда благолепный вид многоквартирных фасадов.

**К понятию о городе.** Если в основной тематизм объявленного проблемного семинара вынесено понятие о «городской культуре», следовательно, организаторы коллоквиума предполагают самоценным культурный феномен города. Здесь уместно указать на то, что само понятие о городе весьма подвижно, и в разные эпохи под «городом» подразумевались совершенно разные формы организации: от сельскохозяйственных прото-городов неолита и общинных полисов античности, ограничивавших свободу экономической деятельности,

до сложных экономически регулируемых конгломератов средневековья, буржуазного города нового времени и городов-производств советского типа со вне-положенным центром управления.

«Городская культура» при всех конкретных формах градоустройства (оргструктура всегда разная) имеет конкретное содержание. Объединяет ее, городскую культуру, общая история общины, места, территории — «камни», то есть культура схватывается феноменально.

С точки зрения архитектурно-градостроительной всегда интересно наблюдать, что служит главной движущей силой городских изменений. К сожалению, фабричная организация советского города всячески притесняла и вытесняла представителей полицеховой, полисословной и поликонфессиональной городской культуры. Грустное семидесятилетнее наследие советского города - новая генерация людей «советский народ», функционирующий в рамках пролетарской идеологии: человек «без кола и без двора», которому «нечего терять», как правило, враждебно настроенный ко всему «идеологически чуждому», то есть изоляционист или, в интерпретации архит. В. П. Смирнова — «чумадый».

В СССР в архитектурном сообществе, как правило, обязательным было обсуждение «архитектурного ансамбля», сущности, поддающейся управлению на фоне унифицированных жилых микрорайонов и прочих функциональных зон. Сегодня понятие ансамбля, как правило, не обсуждается. Так как главной движущей силой городских изменений становится инвестиционно-сообразное требование: «дайте мне квадратных метров!»

**Забанковское пространство.** В Киеве есть улица Банковая, на которой расположена Секретариат Президента, которая упирается в Национальный банк, за которым находится Кабинет Министров, напротив которого Верховная Рада. Воистину, это материализованный образ полиэкрана управления пространством мегаполиса. Причем каждый из экранов показывает несобственную картинку. За каждым экраном (работу каждого, например, Администрации или Нацбанка и т. д., мы можем часто наблюдать буквально на экране телевизионном) находится специальная пиар-машина, работающая не по законам изображаемой картинки, а по своим собственным, отражающим столкновение «культурных» интересов и сил (т. наз. «заэкранное пространство» — по П. Г. Щедровицкому), действующих в пространстве мегаполиса. Именно их взаимодействие определяет «стоимость квадратного метра» мегаполиса.

Мегаполис — сверхгород, перешагнувший миллионную черту, выросший из ядра «полиса» и поглотивший, благодаря своей инфраструктуре, прилегающие города и «райцентры», обладающий специфическими культурными характеристиками. Конечно, у каждого мегаполиса есть свое «полисное», муниципальное управление, тоже работающее по несобственным «полисным» зако-

нам, поскольку погружено в «мегаполисную» культуру. В нашем понимании к культуре мегаполиса относятся:

- 1) аграрная и слободская (субурбная) культура, или — экономически активные илоты, витально заинтересованные в экспансии на мегаполис;
- 2) транснациональные миграции и отношения;
- 3) финансово-промышленные группы, претендующие на части мегаполиса;
- 4) экстерриториальные финансовые инструменты и институты, действующие в мегаполисе;
- 5) сеть глобальной телекоммуникации, захватывающая территорию мегаполиса;
- 6) политические агенты влияния, собирающие электоральный урожай и навязывающие свои программы мегаполису;
- 7) глобализм как род прогрессистской идеологии с проектным уклоном.

**Заказчик.** Архитектурный вуз обучает ремеслу. Контролирующие институты транслируют постоянно устаревающие нормативы. Архитектурные бюро накапливают изменения и восполняют обучение. Архитектор-фрилансер ищет заказ, без которого не может осуществляться его жизнедеятельность, как не может без керосина ехать машина. В условиях полуразрушенных профессиональных институций, регламентирующих и сберегающих цеховые ценности, архитектор вынужден зарабатывать, обслуживая любой заказ. Его заказчик — мегаполисный человек. А мегаполисный человек это такой везунчик, который:

- изначально тоже «чумазый», то есть враждебно настроен к городской культуре (например, плохо образованный выходец из какой-либо слободы);
- родная его слобода находится даже не в субурбии мегаполиса, где он сегодня возводит имение;
- по одному из признаков (мафиозному, семейно-клановому, кумовскому — всё синонимы) наш заказчик является «лицом, принимающим решение» в финансово-промышленной группе, разворачивающей деятельность на территории мегаполиса;
- у него имеется надежный доступ к финансовым инструментам, поэтому он много чего может себе позволить («сделать для города»);
- еще у заказчика новой архитектуры есть сотовый телефон, свой сайт и, вообще, он немного знаком с английским наречием (ему не нужна «местная тусовка»);
- наш мегаполисный человек член партии, которой этот мегаполис даже не нравится, и у партии на этот счет есть планы;
- а в целом он прогрессист и все хочет перестроить на заокеанский манер (он даже проезжал мимо и видел «как»).

Таким образом, работа архитектора неизбежно трансформируется новым заказом.

**Три культуры.** В результате на «квадратном метре» обитаемого городского пространства сталкиваются три разнонаправленных культурных вектора: культура мегаполисная (международная в своем глубинном основании), культура городская («чумазый») и культура цеховая (архитектор и градопланировщик).

Урбанистической же культуры постсоветское человечество еще не изобрело. Хотя ростки и предпосылки ее уже имеются.