

В.Н. Калущков

Географические подходы к созданию историко-культурных образов.

Применительно к рассматриваемой проблематике в географии можно выделить три основных подхода – картографический, гуманитарно-географический¹ и культурно-ландшафтный. Каждый из данных подходов обладает определенной спецификой, методическим своеобразием, собственным исследовательским стилем.

Картографический подход и историко-культурные образы территории.

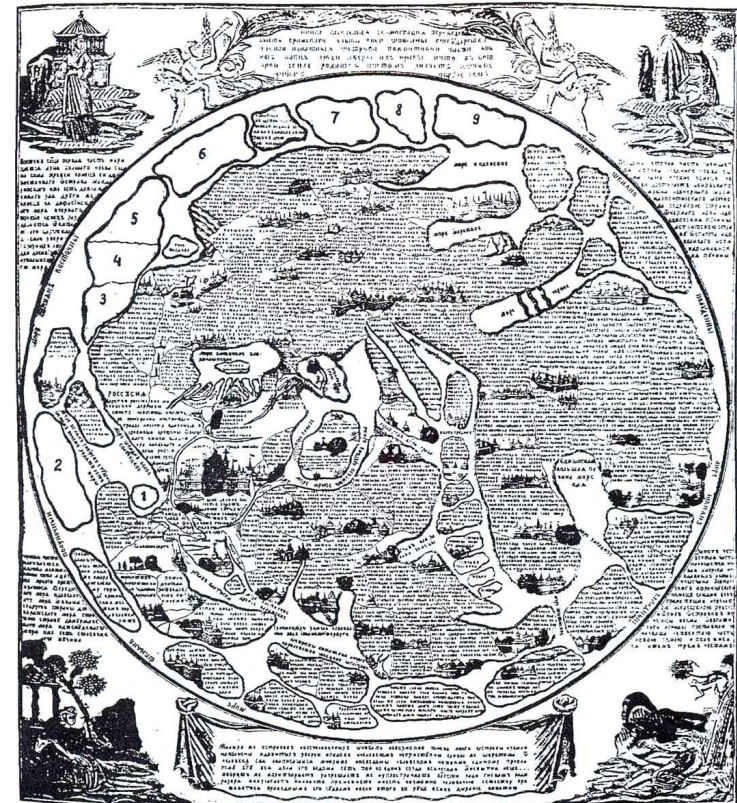
Картографический подход к созданию историко-культурных образов относится к наиболее устоявшимся и продуктивным. Карта как «картина мира» несла и несет на себе не только объективную информацию об окружающем мире, но всегда передает его образ, даже если автор карты специально к этому не стремился. «Объективно» отражая окружающий мир, любая карта характеризует уровень развития научных знаний, господствующие в обществе мировоззренческие установки и даже стили художественного творчества, тем самым демонстрируя меру объективности отражения мира. «Карты являются чутким индикатором изменяющейся мысли человека, и редкие из его произведений служат таким великолепным зеркалом культуры и цивилизаций» (Thrower, 1972, с.1). Значит, любая географическая карта является одновременно и ментальной картой, картой общественного сознания, «рассказывая» об общественно-культурной ситуации времени своего создания. Кстати, именно такой гуманитарный взгляд на карту позволил академику - некартографу Б.А. Рыбакову, определить точную датировку, проанализировать и выполнить историко-политическую интерпретацию первой карты русского государства – Чертежа Московских земель 1497 г. (Рыбаков, 1974).

¹ Данный подход подробно рассматривается в нашем сборнике в статье Д.Н. Замятина.

Географические карты обладают огромным образопорождающим потенциалом. Но этот потенциал на разных этапах развития картографии реализовывался по-разному. Образопорождающий потенциал старых карт усиливался в результате применения различных художественных приемов, в процессе изображения различных фантастических существ, непохожих народов, непривычной природы. Тем самым «чтение карты», являясь для картографа профессиональным способом извлечения информации, для непрофессионала превращалось в увлекательное путешествие по реальным и несуществующим странам и городам, пользуясь современной терминологией, развивая его **географическое воображение**.

Одним из примеров старых карт, порождающих множественные историко-культурные образы, является Космография начала XVIII века (рис. 1). При анализе данной карты особый интерес представляет механизм этномифологического центрирования пространства, суть которого заключается в соотношении «знаемых» (центральных для данной культуры) и «незнаемых», как правило, пограничных или периферийных земель. Он проявляется в региональной мифологии, топонимии и в особой этнокультурной организации окружающего пространства (Калуцков и др., 1998). В любой культуре terra incognita (земля неизвестная) расположена всегда на периферии освоенного человеческим сообществом мира и является источником порождения пространственных мифов.

Рассматриваемая космография отражает состояние знаний о мире и, что для нашего исследования особенно важно, представляет собой ментальную карту русского общества того времени. Карта центрирована, центром мира в ней выступает Иерусалим. Для изображенных на карте центральных земель (это земли России, Ближнего Востока, Европы) характерны точные и реалистичные, в соответствии с уровнем развития науки, описания. Напротив, северные и другие, расположенные на периферии карты регионы мира, «обречены» быть мифологичными. Для них преобладают характеристики типа «царство конское...» или «остров..., живут на нём люди, главы у них видом пёсьи» (рис. 1). Эти мифы порождают мощные пространственные образы периферийных территорий, гораздо более сильные, чем «формальные» описания стран, расположенных в центре карты, напоминая о важной роли мифологии в создании образов стран и регионов.



1. «Остров соловецкой на нем монастырь...».
2. «Полночь земля темная...»
3. «Царство конское...»
4. «Горы великия стеклянныя... Живут горбатые змеи великия...»
5. «Земля... люди в ней ходят наги...»
6. «...остров макарыйский... птицы райския...»
7. «Остров... живут на нем люди главы у них видом песьи...»
8. «Остров... на нем живут людие власы у них имеют видом лбовы»
9. «Остров... живут на нем змии лица девичьи... змееви крылате а зовимы василиски...»

Рис. 1. Периферийное расположение «чудесных стран» на космографии XVIII века (Калуцков, Иванова, Давыдова и др., 1998)

Отдельная тема, обладающая большим образным потенциалом, – картографическая культура народов мира. С позиции традиционной картографии эти народные (этнические) протокарты охватывают

огромный пласт культуры, включая символические карты «примитивных» народов, или карты-символы, выполненные на разном природном материале (береста, кожа, камень, кость, раковина и т.д.), а также пейзажные карты «цивилизованных» народов, сочетающие пространственное изображение с пейзажными зарисовками культурного ландшафта.

В конце XIX – начале XX веков в ситуации становления национальных государств карта начала использоваться для создания вполне определенных историко-культурных образов стран, в первую очередь стран Европы (рис. 2-5). Основанием для такого образного моделирования служили контуры государств, изображенных на политических картах, и вызванные ими пространственные ассоциации и фантазии историко-культурного, природного и политического характера. Но контур государства – еще не образ, образ рождается в результате игры воображения, «наполняющего» этот контур.

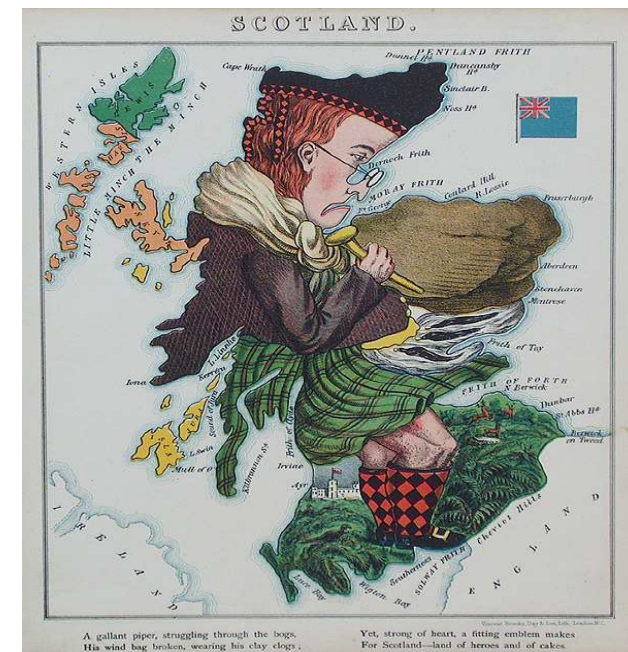


Рис. 2. Художественно-картографический образ Шотландии (Harvey, 1869)

Во многих примерах художественно-картографических образов «прочитывается» шаржированность и политическая ангажированность этих стран. Использование карт для создания на их основе художественно-картографических произведений свидетельствует также об определенной картографической грамотности общества.

Одним из замечательных примеров образных художественно-картографических произведений того времени служит коллекция изображений стран Европы, изданная в виде атласа (Harvey, 1869). Эти изображения содержат и точные этнографические сведения, и мифологические представления, и актуальные политические реалии. Картографические контуры государств порождали у автора определенные образные ассоциации, как визуальные, так и поэтические. Важным моментом в таком образном изображении стран явилось центрирование их культурно-географического, или историко-культурного образа страны на саму себя. Страна прорисована как центр мира, указаны ее соседи, знаковые географические и историко-культурные объекты. Важную роль играет местная – значимая страновая – топонимия. Так, образ консервативной Шотландии решен, хотя и с явной ироничностью («тетушка-непогодушка»), но зато с точными историческими, этнокультурными и природными деталями – точные детали национальной одежды, волынка, замки, охотничьи уголья и т.д. (рис. 2). Образ Италии, напротив, решен на злобу дня, политически. Грозный карбонарий (Италия после многовековой раздробленности состоялась как единое государство) занес палку над римским папой, «упакованным» в острова Корсика и Сардиния. В другой руке он сжимает перчатку с надписью «Свобода». Но, несмотря на политизированность образа страны, карта отражает ставшее благодаря картографии традиционным пространственное представление об итальянском сапоге (рис. 3).



Рис. 3. Художественно-картографический образ Италии (Harvey, 1869)

Образ России (рис.4) решен традиционно, опираясь на расхожее представление о «русском медведе». С другой стороны, автор явно с долей юмора обыгрывает герб страны – двуглавого орла. И потому в компанию к медведю пририсован русский царь в костюме восточного

султана, при этом медведь смотрит на запад, а «султан» – на восток. Миф о неисчерпаемых богатствах России подчеркивают реалистические характеристики некоторых русских городов и мест с надписями «золотые и медные рудники», «золото» и т.п. Примечательно, что граница России проведена по формальной границе Европы с Азией. Тем самым, автор этой художественной карты явно упростил себе задачу .



Рис. 4. Художественно-картографический образ России (Harvey, 1869)

Политическими пристрастиями наполнена образная карты Европы, составленная в конфликтном 1870 году (First the cartoon..., 2007). Англия в облике злобной ведьмы, готовая нанести удар Франция, развалившийся вояка – Пруссия и огромный страшный карлик с выпученными глазами и почему-то с корзиной за плечами (вероятно, фантазии художника хватило только на этот предмет) – Россия (рис. 5). Карта отражает сложную военно-политическую ситуацию того времени, а изображения стран представляют собой предтечу политической сатиры XX века, сатиры, опирающейся на картографические образы.

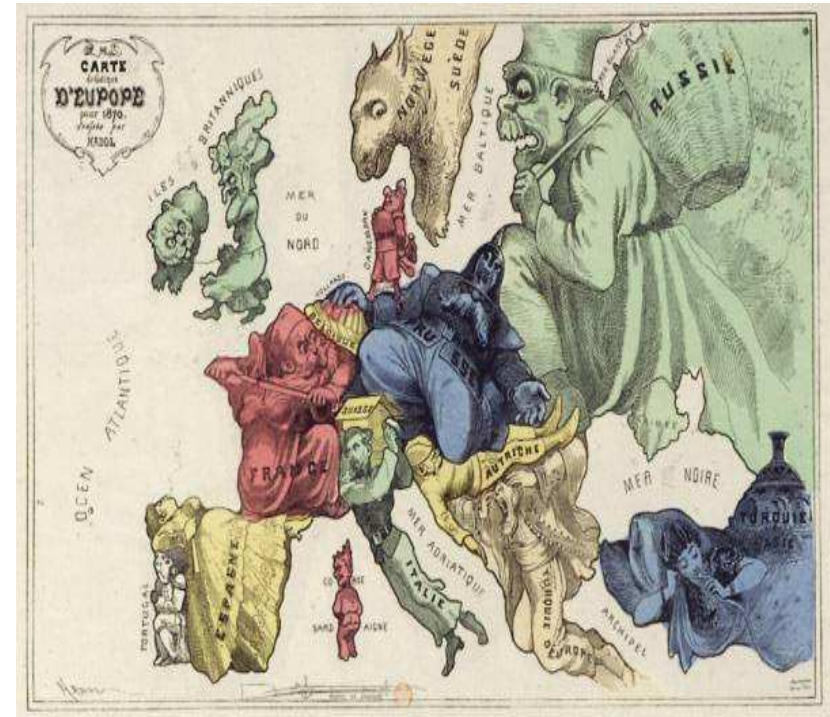


Рис. 5. Образная карты Европы 1870 года (First the cartoon..., 2007).

Вплоть до середины XIX века любая географическая карта являлась источником историко-культурной, этнографической информации. С быстрым развитием естественных наук, военного дела (и военной картографии) требования математической точности изображаемых

земных объектов стали превалирующими, а пейзажные зарисовки и художественные изображения географических объектов были окончательно заменены на систему условных знаков. «Географическая карта представляет собой уменьшенное, математически определенное, обобщенное образно-знаковое изображение земной поверхности на плоскости» (Салищев, 1971, с. 8). Но даже и в новых исторических условиях, как видно из определения, карта сохраняет образную составляющую. Вместе с тем образность карт стала «плоской», эстетической и, за исключением специальных тематических карт, как правило, лишенной историко-культурного и этнокультурного содержания. Это связано как с объективным процессом специализации науки, так и специфическим для России (СССР), инициированным сверху процессом дегуманизации географии и резким усилением ее природного (натуралистического) начала. Картография советского периода в своих методологических построениях была ориентирована прежде всего на физическую географию (Салищев, 1971).

Новые технические возможности картографии привнесли компьютерные технологии. Создана новая наука, изучающая общие свойства всех пространственных изображений, карт, электронных карт, космических снимков, компьютерных анимаций, трехмерных моделей – **геоиконика** (Берлянд, 1996). В рамках этой науки развивается теория графических и картографических образов. Под графическим образом понимается «... структура, которая отображает реальную или абстрактную геоструктуру (геосистему), являющуюся ее прообразом (Берлянд, 1996, с. 128). Иначе говоря, контур на карте должен отражать какой-то контур на местности – город, озеро лесной массив и т.п. Картографический образ трактуется как «... пространственная знаковая комбинация (композиция), воспринимаемая читателем или читающим устройством (Берлянд, 1996, с. 130). К примеру, два картографических знака на карте, изображающих населенные пункты, порождают у читателя (карты!) представления об их взаимном расположении, расстоянии между ними, положении относительно географических координат. Представленные определения графических и картографических образов подчеркивают сильное воздействие физической географии на теорию современной картографии.

Наряду с геоиконикой для решения задач образного моделирования значительный интерес представляет другое картографическое

направление – **анаморфическое картографирование**. Сущностное определение анаморфозы, определение актуальное и для современных компьютерных технологий, дал В.И. Даль. Анаморфоза или безобразя (так у В.И. Даля) – безобразная (а значит, и безобразная – В.К.), но правильно искаженная картина, принимающая в граненом или гнутом стекле свой вид (Даль, 1956). Гениальность автора проявилась не только в гуманитарной сфере, но и в современной картографии: именно на таких принципах построена одна из методик получения пространственных анаморфоз (Гусейн-Заде, Тикунов, 1999). Если в геоиконике моделирование картографических образов идет в направлении усложнения визуально воспринимаемых изображений Земли (с помощью компьютерных моделей создаются двухмерные, трехмерные, четырехмерные и т.п. модели), то анаморфическое картографирование работает с пространством и реально его трансформирует.

Простейший пример анаморфированного изображения, которое ежедневно видят жители мегаполисов, представляет собой схема метро, на которой главный объект – пространственные отношения (между станциями метро), а физический контур города не связан с его изображением на традиционной географической карте - он трансформирован в соответствии со структурой и конфигурацией сети метро.

Замечательный пример картографической анаморфозы - это анаморфозы, порождающие многочисленные образные ассоциации – представленность («вес») российских регионов в Интернете (рис. 6). Рисунок хорошо демонстрирует московоцентричность Интернет-ссылок: действительно Москва – явный лидер среди регионов страны. Но – параллельно и неожиданно – рождается пространственный образ России как снежного кома, который закручивается вокруг ее властного, историко-культурного и информационного центра – Москвы (Орешина, Тикунов, 2001).

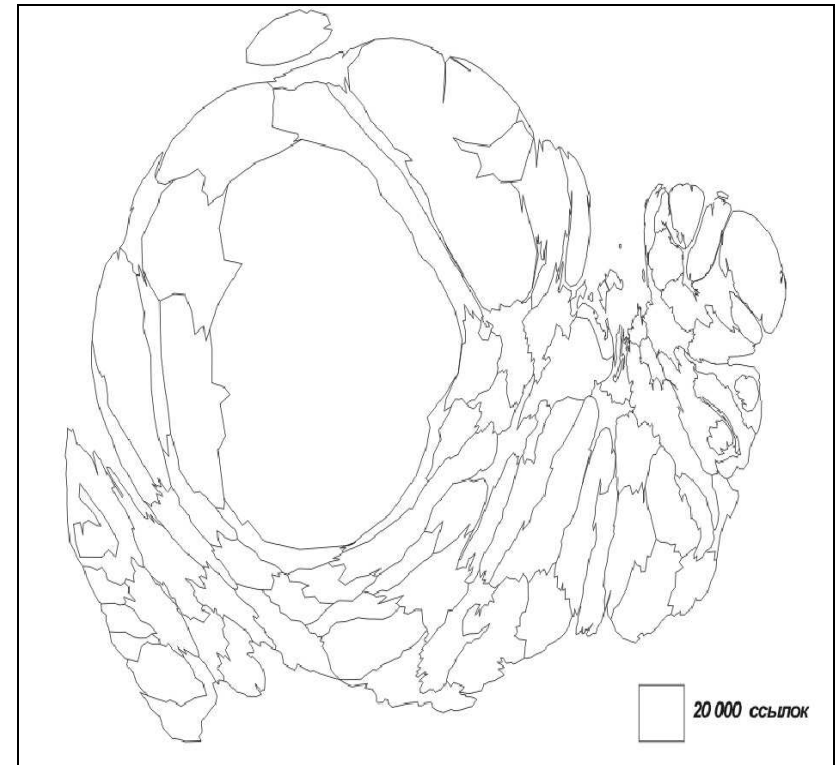


Рис. 6. Представленность российских регионов в Интернете
(Орешина, Тикунов, 2001)

Другой пример хорошо демонстрирует повышенное внимание российских СМИ к отдельным регионам России и почти полное отсутствие в информационном поле других (рис. 7). Среди явных лидеров – субъекты РФ, расположенные на периферии страны, республики Кавказа, особенно Чечня, Дальний Восток, Калининградская область (исключение составляет Московская область). Субъектов Федерации Центральной, Южной и Северной России (Русского Севера) почти «не видно» на данной пространственно-анаморфированной карте. Вместе с тем, созданный пространственно-информационный образ «оказывается» неполным: автор при составлении карты сознательно исключил сообщения в СМИ о двух субъектах РФ - Москве и Санкт-Петербурге. Иначе, как и

в предыдущем случае у читателя карты возник бы образ снежного кома, сверхцентрированного относительно двух столиц.

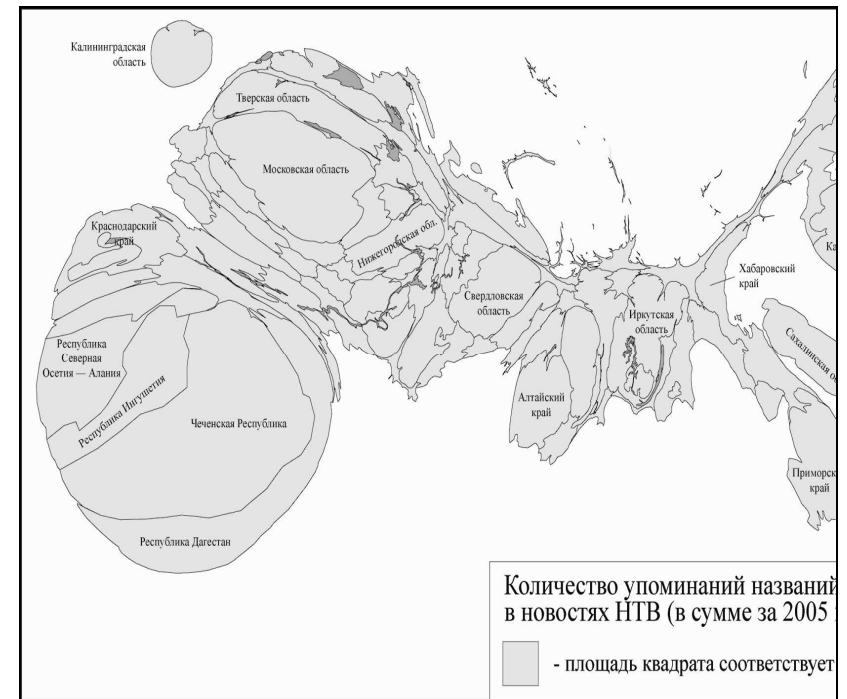


Рис. 7. Картографический образ регионов России в СМИ
(Грибок, 2009)

Современная картография обладает поистине фантастическими техническими возможностями (от карт-рисунков до многомерных и пространственных моделей). Необходимы совместные разработки со специалистами в области культуры (культур-географами, этнологами, культурологами) для интерпретаций территории как феномена культуры, а тем более - как культурного пространства (пространств). Важно актуализировать старые художественно-картографические подходы в сочетании с возможностями компьютерных технологий. Одним из первых шагов в этом направлении стало издание Национального атласа России, том 4 «История, культура» (2008).

Культурно-ландшафтный подход и разработка историко-культурных образов

Как и гуманитарно-географический подход, культурно-ландшафтный подход способствует процессам гуманизации географии, восстановлению утраченных в нашей стране позиций антропогеографии. После полувекового перерыва систематическая разработка проблематики культурного ландшафта в российской культурной географии активно осуществляется в 1990-е и 2000-е годы. В этот период формируется адекватный понятийно-терминологический аппарат, складываются разные подходы к культурному ландшафту, выстраивается система методов, проводятся полевые исследования культурных ландшафтов (Веденин, 1997, Каганский, 2001, Каганский, Родоман, 1995, Калуцков, Красовская, 2000, Колбовский, 2006, Культурный ландшафт..., 2004, Мягков, 2001, Рагулина, 2004, Туровский, 1998).

В настоящее время быстро развиваются новые ландшафтно-ориентированные дисциплины — ландшафтная эстетика и дизайн (Николаев, 2003), учение о культурном ландшафте как объекте наследия (Веденин, Кулешова, 2001), ландшафтное планирование (Колбовский, 2006), исследования по этнокультурному ландшафтоведению (Калуцков, 2008 и др.) и т.д. Весьма продуктивно применение ландшафтных методов в сфере социальной, политической, культурной и этнической географии (Колосов, Мироненко, 2001, Ямсков, 2003 и др.).

В западной культурной географии ландшафтная концепция уже не одно десятилетие считается одной из самых востребованных и продуктивных. На концепции культурного ландшафта более полувека строит свои исследования берклийская школа культурной географии, основанная К. Зауэром (Sauer, 1925, 1974). Среди многочисленных исследований культурных ландшафтов выделяются фундаментальные работы Дж. Б. Джексона, Д. Косгроува (Jackson, 1986, Cosgrove, 1984, 1993). Культурно-ландшафтная тематика разрабатывается такими крупными географами, как И-Фу Туан, Дэвид Лоуенталь, Поль Клаваль (Tuan, 1966, 1974, 1975, Lowenthal, 1964, 1972, Claval, 2003).

Культурно-ландшафтная проблематика востребована в прикладных исследованиях. Во-первых, это сфера культурного и природного

наследия (Культурный ландшафт..., 2004). Эффективность ландшафтного подхода в данном случае проявилась в формировании принципиально новых объектов наследия, сочетающих в себе уникальные природные и культурные свойства: так в Списке Всемирного наследия ЮНЕСКО появилась новая категория — культурные ландшафты. В нашей стране в число первых номинантов попали Куршская коса и Соловецкий культурно-природный комплекс (Кулешова, 2004).

Во-вторых, это сфера национальной и региональной культурной политики. В данном случае актуальность культурно-ландшафтной тематики заключается в том, что культурное разнообразие, наряду с природным разнообразием, является важным ресурсом развития страны и её регионов. Необходимы усилия по поддержанию самобытных традиционных культурных ландшафтов малых народов (Ямсков, 2003). Кроме того, в такой же государственной и общественной поддержке нуждаются многие русские исторические города и регионы.

В-третьих, к исследованиям региональных и городских культурных ландшафтов большой интерес проявляет сфера развивающегося экологического, этнокультурного и историко-культурного туризма.

В-четвёртых, процессы регионализации и муниципализации страны требуют мобилизации внутренних культурных ресурсов в контексте формирования регионального и городского менталитета, новых местных идентичностей, новых региональных образов (Малькова, Тишков, 2009).

Среди очевидных достоинств культурно-ландшафтного подхода – его междисциплинарный характер, мощный эвристический потенциал и значительные репрезентационные возможности. **Междисциплинарный характер** данного подхода позволяет ставить и решать многие, казалось бы, неразрешимые проблемы современной науки такие, как соотнесение культурного и природного, регионального и местного, внешнего и внутреннего, этнического и социального, а также исследовать взаимодействие объекта и среды, территории и пространства, визуального и «невидимого». Так, при рассмотрении вопросов взаимодействия природы и культуры, с одной стороны, анализируется природный детерминизм культуры, а, с другой, учитывается многоуровневое освоение природы человеческим сообществом – материальное, социальное, ментальное. **Мощный эвристический потенциал** культурно-ландшафтного подхода заложен

в компонентной модели культурного ландшафта (рис. 8а). Среди ландшафтных подсистем выделяется природная среда, селитьба, хозяйство, сообщество, ономастическая подсистема и духовная культура (Калуцков, 2008). По этой причине любое природное или культурное явление или процесс исследуется многоаспектно, по отдельным компонентам культурного ландшафта и взаимосвязям между ними (Калуцков, 2000). Соответственно «под покровом» ландшафтной идеологии возможно привлечение разноаспектного научного материала – этнологического, фольклорного, топонимического, физико-географического и т.д. Поэтому данная объектная модель культурного ландшафта, обладая значительным эвристическим потенциалом, с успехом применяется в моно- и междисциплинарных исследованиях.

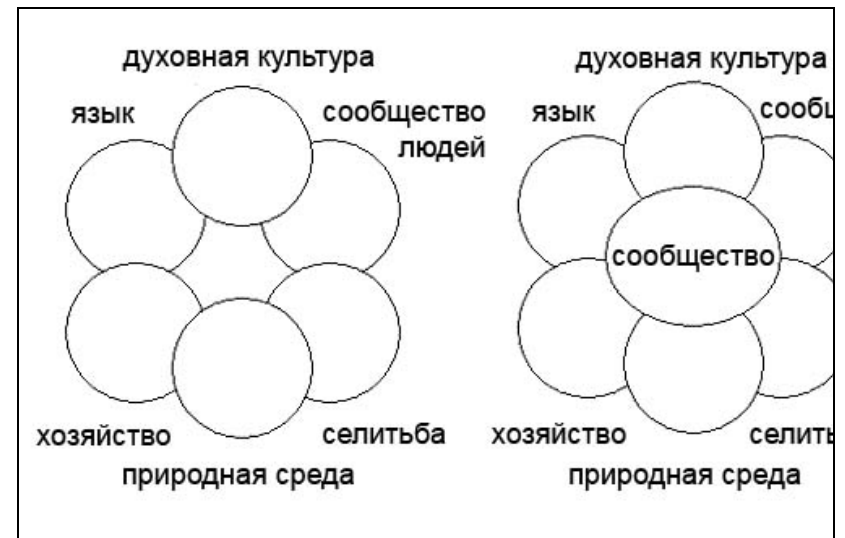


Рис. 8. Объектная (а) и субъектно-объектная (б) модели культурного ландшафта (Калуцков, 2008)

Применительно к образной проблематике перспективно ее использование для моделирования внешних историко-культурных образов, т.е. образов «снаружи», созданных с позиции внешнего, не погруженного в культуру территории наблюдателя. Другая модель – внутреннего культурного ландшафта – позволяет создавать историко-

культурные образы территории «изнутри» (внутренний образ территории), с позиции местного сообщества, а также с позиции исследователя-знатока данной культуры (рис. 8б). Она подчеркивает, что любой культурный ландшафт уже имеет своего коллективного «исследователя» и интерпретатора, в роли которого выступает человеческое сообщество, которое организует, поддерживает и осмысливает «свой» культурный ландшафт в различных арте- и ментифактах – хозяйственных угодьях и урочищах, предметах материальной культуры, диалектах, топонимии, в устной истории места и т.д. Заметим, что «внутренний» культурный ландшафт имеет свою собственную организацию, функционирование, собственные системы номинации. Тем самым возможно соотносить внешнюю и внутреннюю исследовательские позиции относительно культурного ландшафта и, соответственно, различать внутренний и внешний образы территории.

Среди других достоинств культурно-ландшафтного подхода – его практически неисчерпаемые **возможности репрезентации историко-культурных образов.**

Историко-культурные образы территории и вопросы их репрезентации.

Информация или «правильно» подобранные сведения о территории, регионе еще не создают его образа. Образ должен получить адекватную форму выражения – репрезентацию. Это не только средство визуализации образа, но и важный механизм его освоения, социо- и этнокультурной ретрансляции и интерпретации.

Теоретические проблемы репрезентации. С одной стороны, сама тематика репрезентации напоминает о проблеме соотношения науки и искусства. Большую роль в постановке этой проблематики сыграл выдающийся географ и этнограф А. Гумбольдт (Гумбольдт, 1886). Об этом же писал его великий ученик А. Геттнер, который разделял географию как науку и географию как искусство: «Искусством географическое описание становится тогда, когда оно обращается не к уму, а к чувству и настроению читателя» (Геттнер, 1930, с. 141). Он не принимал позицию некоторых географов, призывавших к «географии импрессионистского искусства», для которой важно отражение природы в нашем сердце, а не природа сама по себе. Вместе с тем А. Геттнер хорошо понимал, что не всегда существует четкая граница

между наукой и искусством применительно к исследованиям ландшафта.

В России теоретические основы репрезентации заложены великим географом и антропологом В.П.Семеновым-Тян-Шанским, по его словам: «Географическая наука есть наука изобразительная, наука зрительных представлений, зрительной памяти» (Семенов-Тян-Шанский, 1928, с. 260). Развивая взгляды А. Гумбольдта и А. Геттнера о важной роли ландшафтной живописи в географическом исследовании, он писал: «В географии тесное сближение географа с художником-пейзажистом едва ли не столь существенно, как в философии сближение философа с поэтом и музыкантом» (Семенов-Тян-Шанский, 1928, с. 48). Большое значение вопросам репрезентации традиционно придаётся во французской географии, научным кредо которой можно считать выражение «дать увидеть так же важно, как дать понять» (Николаев, 2003, с. 58). С другой стороны, репрезентация любого объекта представляет собой серьёзную методологическую проблему, суть которой заключается в наличии двух принципиально различных методологических позиций.

Первая позиция исходит из совмещения понятия объекта и его репрезентации. Проблему потери реального объекта в некоторых культурно-географических исследованиях хорошо отражает цитата, принадлежащая английским географам: «В постмодернистской перспективе ландшафт все менее напоминает палимпсест², “реальные” и “аутентичные” значения которого каким-то образом могут быть выявлены с использованием корректных методических, теоретических и идеологических подходов; ландшафт все более становится текстом, мерцающим на дисплее глобального компьютера, значение которого может быть создано, распространено, изменено, усовершенствовано и уничтожено простым нажатием кнопки» (Daniels, Cosgrove, с. 8).

Вторая позиция заключается в том, что внутренняя и внешняя — содержательная и репрезентационная — стороны ландшафта являются собой две грани одного целого (в этом случае способы представления объекта составляют лишь часть исследовательского процесса). На наш взгляд, вторая позиция методологически более обоснована и практична.

² Палимпсест – полустертый пергамент. Образ палимпсеста – один из наиболее распространенных образов в современной западной культурной географии.

Типы репрезентаций территории. Пространство репрезентации территории, ландшафта формируется за счет качественно различных **типов** (вертикальные и горизонтальные репрезентации) и через соотнесение различных **форм** репрезентации (Калуцков, 2008). Выделяют три основных типа репрезентаций культурного ландшафта: вертикальный, горизонтальный и комплексный.

Вертикальная (перспективная) репрезентация представляет территорию в ее вертикальном измерении, позволяя выявить объем, свойства и структуру. В истории культуры она первична относительно горизонтальной (Костинский, 1997). В рамках этого типа территория, местность, ландшафт предстают с позиции стоящего человека. К примеру, в формулировке немецкого географа Л. Вайбеля ландшафт является «частью земной поверхности и небосвода, которые лежат в поле нашего зрения и видятся в перспективе с определённого места» (цит. по Harthshorne, 1939, с. 152). В это определение из пейзажной живописи привнесены и небосвод, и представление о перспективе, и самое главное — **вертикальное видение** окружающего мира. Как справедливо замечает Р. Хартшорн, такое представление о ландшафте предполагает наблюдателя, рассматривающего конкретный вид (the scene) вертикально, так, как он проявляется в перспективе (Harthshorne, 1939, с. 152). Одной из самых распространённых культурных форм вертикальной репрезентации ландшафта является пейзаж (Николаев, 2003).

Горизонтальная (плановая) репрезентация представляет территорию, ландшафт в пространственном измерении. В основе этого типа представления лежит взгляд на территорию с высоты птичьего полета. Решающую роль в формировании горизонтальной репрезентации сыграло открытие карты как способа изображения и видения мира.

До XIX в. в картографии, как показано выше, были широко распространены карты-картины мира и отдельных стран, на которых совмещались вертикальный и горизонтальный образ мест и формировался **комплексный** (вертикально-горизонтальный) тип репрезентации. В настоящее время такой прием нередко используется при составлении туристических карт городов.

В качестве примера комплексной репрезентации приведен фрагмент русской карты 1774 г., на котором изображен Константинополь (рис. 9). Такой подход продуктивен: он позволяет совмещать взгляд на территорию с высоты птичьего полета и в то же время формировать пейзажные впечатления от архитектуры и планировки города.

Интересно, что вертикальные (пейзажные) изображения зданий города центрированы относительно залива Золотой рог с учетом восприятия города с корабля. Этот принцип перенесен на карту, поэтому часть рисунков зданий перевернута.



Рис. 9. Пример комплексной репрезентации городского ландшафта Константинополя (фрагмент карты 1771 г.)

Формы репрезентации территории. В соответствии с человеческими органами чувств выделяются формы репрезентации территории: *зрительная, тактильная, слуховая, речевая, обонятельная, вкусовая* (рис. 10). **Зрительная** форма разделяется на визуальную и изобразительную. Визуальная репрезентация ориентирована на научно-объективную передачу внешних свойств культурного ландшафта. Развитие фотографии, аэрофотосъемки, а затем и космической съемки расширило формы визуального представления

территорий: к картам и картосхемам добавились аэрофотоснимок и космический снимок. **Изобразительная** форма, в отличие от визуальной, субъективирована: она определяется законами этического и эстетического восприятия ландшафта. Генетически она связана с живописью и нацелена на создание образа местности, на передачу определенных идей, установок и предпочтений художника — эстетических, политических, мировоззренческих.

Изобразительная форма может быть *пейзажной* и *непейзажной*

(рис. 10).

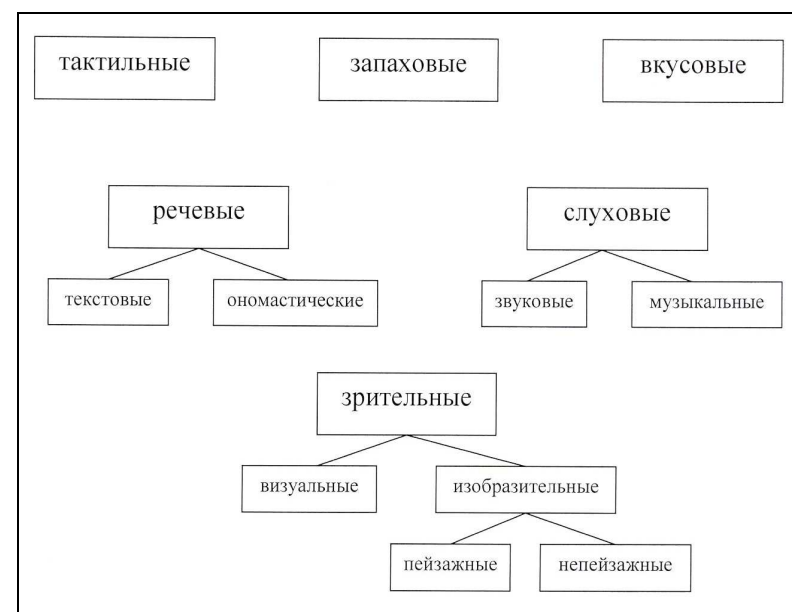


Рис. 10. Классификация форм репрезентации культурного ландшафта

Пейзажное представление ландшафта обладает бесчисленным множеством вариаций: от *рисунка* и *картины местности* до особых этнокультурных (лубок) и неканонических форм (пейзаж на иконах). Напомним, что А. Геттнер для проведения ландшафтных

исследований рекомендовал рисунок, а не *фотографию*, считая, что последняя за избыточностью деталей затушевывает географические закономерности. В.П. Семёнов-Тян-Шанский, напротив, придавал огромное значение фотографическому пейзажу в географическом исследовании. *Непейзажные* формы репрезентации культурного ландшафта также разнообразны; к ним, например, относятся *портрет*, подчеркивающий антропологический тип или характерный этнический костюм жителя определённой территории, этническая и авторская *скульптура*.

Изобразительные формы, наряду с художественными, могут решать и идеологические, политические, образовательные и собственно научные задачи. Одним из уникальных примеров полноценной реализации художественных и научных задач можно считать деятельность А.М. Васнецова. Его картины средневековой Москвы представляют собой не только художественный образ, но и реальную историческую реконструкцию городского культурного ландшафта. Велико влияние пейзажной живописи на формирование образа регионов и мест, национального культурного ландшафта. Устойчивый образ русского национального культурного ландшафта создан во многом благодаря деятельности художников-передвижников (Колбовский, 2004).

Особое место на стыке изобразительных и визуальных форм репрезентации ландшафта, территории, как было показано, занимает *географическая карта*.

Тактильная форма представлена материально-вещественной репрезентацией – *предметами*, характерными для определённого культурного ландшафта, *этнографическими и природными коллекциями*.

Слуховая репрезентация разделяется на *звуковую* (природные и техногенные системы звуков) и *музыкальную* (связанные с ландшафтом традиционные и авторские произведения) формы. Ещё В.П. Семёнов-Тян-Шанский обратил внимание на связь природных звуков определённого ландшафта с его музыкальным фольклором. Он писал, что для севернорусского культурного ландшафта характерна бедность и однообразие природных звуков: «Тонкий, скромный, короткий свист синицы в одиночку, изредка поспешное стрекотание сороки, весной и в начале лета кукование кукушки — вот, в сущности, почти все главное. Если эта тишина нарушена чем-то громким, а тем паче резким, — это уже кощунство» (Семёнов-Тян-Шанский, 1928,

с. 269). И далее: «Недаром большинство русских скитов притулилось в лесной стихии молчания». Лесная стихия приучила северного великоросса к безмолвию на воздухе: «Его говор короток, однообразен по созвучиям и как-то “деревянен” в отношении к окружающим его деревьям. Песня у него редка и поется негромко, приятно вблизи, но издали не слышно. Зато в горнице он разговорчив, и вот у него процветают здесь плоды поэтического творчества — в виде былин, сказок и пр., произносимых “сказителями” нараспев, с мелодичными, но довольно однообразными интонациями. И это не только у одних нас, а и у наших соседей — финнов и скандинавов с их “Калевалой”, сагами и пр.» (Семёнов-Тян-Шанский, 1928, 270). В последнее время слуховые репрезентации культурного ландшафта стали предметом изучения не только этномузыковедов, но и географов. Их внимание привлекает проблема музыкального образа страны (Пименова, 2004), предпринимаются попытки комплексного изучения звукового ландшафта (Андреева, 2000).

Речевая форма представления подразделяется на *текстовую* и *ономастическую* (или именную). Последняя вызывает особый интерес в связи с тем, что топонимия, этнонимия, местная географическая терминология не просто передают важные характеристики культурного ландшафта, но представляют собой особые «языки», с помощью которых он может быть описан.

Текстовые формы разделяются в свою очередь на *письменные* (литературные) и *устные* (фольклорные) репрезентации. В гуманитарных научных дисциплинах, традиционно работающих с языком, текстом и словом, использование в научной работе аутентичных устных текстов, записанных в полевых экспедициях, представляет собой отработанную технологическую процедуру (в зависимости от специфики дисциплины). С географической позиции диалектный фольклорный текст предстает как часть ландшафтной действительности: «У нас по весне и осени распута бывает: тогда до многих деревень и вовсе не добрать пока река не встанет... В весенню распуту четыре воды бывает. Перва, верхова (жонки ее ломаной зовут) — она от снега. Втора, коренница — это уж как из болотины родники заживут. Третья, пенница, — от дождей. А как река в берега войдет, воду меженицей зовут. А у жонок на половодье свои приметы есть. Бабушка-покоенка говорила: много на реке польней — к покойнику. У нас и теперь в ледоход вся деревня ходит на угор реку смотреть: мучается река — скот будет мучаться (жди бескормицу)...» (Иванова А.А., Калуцков, 2000, с. 14).

Представленный диалектный текст содержит местные географические термины, опыт народного наблюдения за режимом реки, элементы народного прогноза и, главное, его можно рассматривать как «говорящий ландшафт», как образ региона, территории.

География в целом, и культурная география в частности, обладает значительным потенциалом в развитии и продвижении имиджево-образной проблематики. Она располагает спектром концептуальных и методологических подходов (картографический, гуманитарно-географический, культурно-ландшафтный подходы), большим набором методических и технических средств, в том числе необходимых для решения проблем репрезентации историко-культурных образов территорий и регионов.

Литература

- Андреева Е.Д.** Звуковой ландшафт как реальный объект и исследовательская проблема // Экология культуры. М. Ин-т наследия, 2000. С. 76–85.
- Берлянд А.М.** Геоиконика. М. Астрей, 1996. 208 с.
- Веденин Ю.А.** Очерки по географии искусства. М. Институт Наследия, 1997. 224 с.
- Веденин Ю.А., Кулешова М.Е.** Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия // Изв. РАН. Сер. геогр. 2001. № 1. С. 7–14.
- Геттнер А.** География. Ее история, сущность и методы. Л.- М. ГИ, 1930. 416 с.
- Грибок М.В.** Геоинформационный метод исследования образов регионов России в средствах массовой информации // Известия РАН. Серия географическая. 2009. No. 3. С. 118-126.
- Гумбольдт А.** Космос. Опыт физического мироописания. Т. 1. М., 1886.
- Гусейн-Заде С.Д., Тикуннов В.С.** Анаморфозы: что это такое? М. Эдиториал УРСС, 1999. 168 с.
- Даль В.И.** Толковый словарь живого великорусского языка. Т. 1. М., 1956. С. 15.
- Иванова А.А., Калуцков В.Н.** Светлое Пинежье. Путешествие по краю. М. Изд-во «Эслан». 2000. 152 с.
- Каганский В.Л.** Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство: сборник статей. М. НЛЮ, 2001. 576 с.
- Каганский В.Л., Родоман Б.Б.** Культура в ландшафте и ландшафт в культуре // Наука о культуре: итоги и перспективы (информационно-аналитический сборник). Вып. 3. М. РГБ (Информкультура), 1995. С. 2–4.

- Калуцков В.Н.** Ландшафт в культурной географии. М. Новый хронограф, 2008. 320 с.
- Калуцков В.Н., Красовская Т.М.** Представления о культурном ландшафте: от профессионального до мировоззренческого // Вестник Моск. ун-та. Сер. 5. География. 2000. № 4. С. 3–6.
- Калуцков В.Н., Иванова А.А., Давыдова Ю.А.** и др. Культурный ландшафт Русского Севера: Пинежье, Поморье. М. Изд-во ФБМК, 1998. 136 с.
- Колбовский Е.Ю.** Культурный ландшафт и национальный пейзаж: две стороны одной реальности // Историческая география: теория и практика. СПб. Изд-во РГГМУ, 2004. С. 22–30
- Колбовский Е.Ю.** Ландшафтоведение: учебное пособие для студентов высш. учебн. завед. М. ИЦ «Академия», 2006. 480 с.
- Костинский Г.Д.** Географическая матрица пространственности // Изв. РАН. Сер. геогр. 1997, № 5. С. 15–31.
- Кулешова М.Е.** Принципы и методы оценки культурного ландшафта // Культурный ландшафт как объект наследия. М. Институт наследия; СПб. Дмитрий Буланин. 2004. С. 37–67.
- Культурный ландшафт как объект наследия /** Под ред. Ю.А. Веденина, М.Е. Кулешовой. М. Институт Наследия; СПб. Дмитрий Буланин, 2004. 629 с.
- Малькова В.К., Тишков В.А.** Культура и пространство. Книга первая. Образы российских регионов в Интернете. М. 2009. 147 с.
- Мягков С.М.** Социальная экология: этнокультурные основы устойчивого развития. М. НИИПИ экологии города, 2001. 190 с.
- Национальный атлас России. Том 4 «История, культура».** М. ПКО Картография, 2008.
- Николаев В.А.** Ландшафтоведение: Эстетика и дизайн ландшафта: Учебное пособие. М. Аспект-Пресс, 2003. 176 с.
- Орешкина Д.Д., Тикунов В.С.** Образ мира и России в Интернете // ГИС-Обозрение. 2001. No. 2. С. 12-13.
- Пименова Р.А.** Географические образы в музыкальном искусстве: Учебное пособие. М. Экон-информ, 2004. 64 с.
- Постников А.В.** Развитие картографии и вопросы использования старых карт. М. Наука, 1985. 214 с.
- Рагулина М.В.** Культурная география: теория, методы, региональный синтез. Иркутск: Изд-во Ин-та географии СО РАН, 2004. 171 с.
- Рыбаков Б.А.** Русские карты Московии XV - начала XVI века. М. Искусство, 1974. 111 с.
- Семенов-Тянь-Шанский В.П.** Район и страна. М.; Л.: Гос. изд-во, 1928. 312 с.
- Туровский Р.Ф.** Культурные ландшафты России. М. Институт Наследия, 1998. 210 с.
- Ямсков А.Н.** Этноэкологические исследования культуры и концепция культурного ландшафта // Культурный ландшафт: теоретические и региональные исследования. М. Изд-во Моск. ун-та, 2003. С. 62–77.

- Claval P.** *Geographie culturelle. Une nouvelle approche des sociétés et des milieux.* Paris: Armand Colin, 2003. 288 p.
- Cosgrove D.** *Social formation and symbolic landscape.* London: Croom Helm, 1984.
- Cosgrove D.** *Landscape and Myths, Gods and Humans // Landscape politics and Perspectives.* Providence: Berg Publisher Ltd., 1993.
- Daniels S., Cosgrove D.** *Iconography of Landscape.* Cambridge: Cambridge University Press, 1988.
- First** the cartoon, then the war / *Strangemaps*, 2007, 12, 23, №227 (<http://strangemaps.wordpress.com/2007/12/23/227>).
- Harthshorne R.** *The nature of geography. A critical survey of current thought in the light of the past.* Pennsylvania: Association of American Geographers, 1939. 469 p.
- Harvey W.** *Geographical Fun: Being Humorous Outlines of Various Countries.* London: Hodder and Stoughton, 1869 (<http://www.themaphouse.com/specialistcat/aleph/aleph.html>)
- Jackson J.B.** *The Vernacular Landscape // In: Penning-Roswell E.C., Lowenthal D. (eds.) Landscape Meanings and Values.* London: Allen and Unwin, 1986.
- Lowenthal D., Prince H.C.** *English Landscape // Geographical review.* 1964. 54. № 3. P. 309–346.
- Lowenthal D.** *English Landscape // Man, Space and Environment.* N.Y.: Oxford University Press. 1972. P. 81–112.
- Sauer K.** *Morphology of Landscape // University of California. Publications in Geography.* 1925. Vol. II. № 2. P. 19–53.
- Sauer K.** *The fourth dimension of geography // Annals of the Association of American Geographers.* 1974. Vol. 64. № 2. P. 189–192.
- Thrower N.I.W.** *Maps and man: An examination of cartography in relation to culture and civilization.* Englewood Cliffs, 1972. 184 p.
- Tuan Yi-Fu.** *Man and Nature // Landscape.* 1966. 15. № 3.
- Tuan Yi-Fu. Topophilia: A Study of Environmental Perception Attitudes and Values.** (Englewood Cliffs). NY: Prentice Hall, 1974. P. 11–18.
- Tuan Yi-Fu.** *Place: an experiential perspective // Geographical Review.* 1975. Vol. 65. № 2. P. 151–165.

Вообразить Россию. Географические образы и пространственная идентичность.

I.

География воображения, имагинальная или образная география – ментальное порождение эпохи модерна в самом широком смысле. Постмодерн лишь по-настоящему осознал эту проблематику, в отличие от предыдущей исторической эпохи, и "перевел игру в миттельшпиль", то есть заострил самые важные и существенные вопросы в рамках образно-географического мышления. По сути дела, в контексте процессов глобализации/глокализации/регионализации, как бы к ним ни относиться, страна, регион, территория могут существовать и очень часто фактически уже существуют в разнообразных коммуникативных и коммуникационных полях как мощные или слабые, сложные или простые, широкие или специализированные виртуальные образы, от продвижения, развития, формирования которых непосредственно зависят политика, экономика, социальные отношения, культурные репрезентации страны или территории³. Мы склонны употреблять здесь понятие географического образа, постольку-поскольку именно конкретное географическое пространство со всеми его социокультурными, художественными, политико-экономическими коннотациями задаёт в основном параметры, условия репрезентации и интерпретации практически всех возможных в данном месте и в данное время дискурсов.

Нет сомнения, что постмодерн и соответствующие ему социокультурные процессы глобализации "работают" с множествами, множественностью, вариативностью, как с категориями и конструктами, обеспечивающими наиболее адекватное историко-географическое видение⁴. Иначе говоря, в типологическом плане мы можем говорить о некоей единой образной географии страны или

³ Замятин Д.Н. Культура и пространство: моделирование географических образов. М. Знак, 2006.

⁴ Хардт М., Негри А. Множество: война и демократия в эпоху империи. М. Культурная революция, 2006; Bauman Z. Liquid Modernity. Cambridge: Polity, 2000.

региона, но в феноменологическом аспекте приходится говорить о некоторых множествах образных географий, описывающих и характеризующих онтологическое состояние и событие страны⁵. Если задаться классическими сюжетными постановками в рамках субъект-объектных отношений и диспозиций, то приходится заметить, что именно поле фактически субъектных образных географий стремится к условной феноменологической оптимизации в виде нескольких признанных, хорошо "пригнанных друг к другу" и широко представленных господствующими коммуникативными способами географических образов, постоянно воспроизводящихся в контекстах тех или иных властных дискурсов.

Иначе говоря, образные географии страны могут как бы разбегаться благодаря все новым и новым, чаще всего индивидуальным или узко групповым социокультурным репрезентациям и творческим актам, и одновременно сгущаться, собираться, сосредотачиваться некими ментальными, знаково-символическими "сгустками", прото-ядрами, чье существование может обозначать некую условную волю к образам (иногда хорошо просматривающуюся *postfactum*, но, по большей части, являющуюся своего рода констелляцией отдельных знаково-символических усилий).

Не отвергая, а, по сути, развивая цивилизационное видение и цивилизационную интерпретацию такой постановки вопроса, сконцентрируем наше внимание на способах дискурсивных построений, обеспечивающих определенное "волновое" представление образных географий страны – в нашем случае России. Базовые цивилизационные установки в отношении России представляют собой, с нашей точки зрения, концептуальный консенсус, состоящий из трех основных положений: Россия является достаточно автономной цивилизацией; Россию можно рассматривать как цивилизацию-спутник европейской цивилизации, многим обязанную именно европейской цивилизации; Россия вполне вообразима как цивилизация-государство, в рамках которой подавляющее большинство возможных социокультурных и политико-экономических дискурсов осмысляются посредством перевода в доминирующие способы репрезентаций как государственные, "государственнические"

⁵ См.: Soja E.W. *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social theory*. London: Verso, 1990.

или парагосударственные⁶. Исходя из этого, воображение пространства России и в России связано, безусловно, с проблематикой европейских дискурсов воображения пространства⁷. Власть и образы пространства в России чаще всего объединены достаточно типовыми репрезентациями и дискурсами государственного или парагосударственного характера. Наконец, главный вопрос воображения пространства России состоит в следующем: как российская цивилизация-государство может обеспечить, создать, поддерживать достаточно автономные образно-географические дискурсы, идентифицирующие ее цивилизационную уникальность, дистанцирующие ее от других цивилизаций, и – легитимирующие ее как коммуникативную целостность в мировом пространстве цивилизаций?

Что же значит: вообразить Россию? Россия сама по себе не является сколько-нибудь значимым образно-географическим проектом для тех или иных социокультурных сообществ на ее государственной территории или за ее пределами. В то же время Россия не является масштабной знаково-символической конструкцией, создаваемой на базе неких общих, генерализованных представлений об ее географии – физической, экономической, политической, культурной. С нашей точки зрения, вообразить Россию – значит вообразить "разбегание", расширение, всевозможные трансформации и взаимодействия тех географических образов, которые создаются, строятся, разрабатываются, творятся как исключения из общих географических предпосылок представления о России.

Иными словами, чтобы вообразить Россию, нужно упаковать, свернуть, сосредоточить все возможные экзогенные географические представления максимально плотно в знаково-символическом смысле, и, тем самым, попытаться породить с помощью "образного сжатия" и, может быть, "образно-географического взрыва" новые образно-географические дискурсы, не учитывающие в своем генезисе и развитии существования друг друга – они сосуществуют, они "видят"

⁶ Россия как цивилизация: Устойчивое и изменчивое; отв. ред. И.Г. Яковенко; Науч. совет РАН «История мировой культуры». М. Наука, 2007.

⁷ Саид Э. Ориентализм. Западные концепции Востока. М. Русский мир, 2006; Нойманн И. Использование «Другого»: Образы Востока в формировании европейских идентичностей. М. Новое издательство, 2004; Beyond the Empire: Images of Russia in the Eurasian Cultural Context. Sapporo: Slavic Research Center, Hokkaido University, 2008.

друг друга, но лишь в том пространстве, которое они создают своим собственным "разбеганием" друг от друга, своей собственной неуничтожимой и неотменяемой метапространственной трансверсальностью.

Что же является той ментальной "меткой", которая поможет нам обнаружить подобное образно-географическое "разбегание" и, следовательно, так или иначе, попробовать вообразить Россию? Мы можем рассчитывать в данном случае на понятие и образ Северной Евразии: как понятие, Северная Евразия "узаконена" традиционными географическими схемами и картографическими проекциями видения мира. Как образ, географический образ, Северная Евразия до сих пор является полупустым отображением вполне европеизированных и односторонних, однонаправленных знаково-символических конструкций, призванных хоть как-то описать *tabula rasa* малочисленных коренных народов, чьи географические образы практически либо не репрезентируемы, либо не репрезентированы в рамках внешних по отношению к ним коммуникативных дискурсов⁸.

Но речь не идет о том, чтобы просто заполнить какой-то пустой "образный ящик", ранее плохо использованный и маркирующий условное и безразмерное географическое пространство. Следует говорить о том, что образные географии России – коль скоро они могут быть представимы и могут развиваться как самостоятельные ментальные поля – должны быть "озабочены" Северной Евразией как потенциальным ментальным пространством локальных мифологий и мифологических конструкторов синкретического толка и "назначения". В то же время Северная Евразия может быть очень органичной, ёмкой когнитивно-географической оболочкой, когнитивно-географическим контекстом для многих образных российских географий, развивающих свою "северность" и "евразийскость" как некие вполне онтологические характеристики, без особого риска попасть в "прокрустово ложе" знаменитого образа России-Евразии 1920—1930-х гг.

⁸ См.: Замятин Д.Н. Азиатско-Тихоокеанский регион и Северо-восток России: проблемы формирования географических образов трансграничных регионов в XXI веке // Восток. 2004. № 1. С. 136—142; Слэзкин Ю. Арктические зеркала. Россия и малые народы Севера. М. Новое литературное обозрение, 2007.

II.

Пытаясь акцентировать внимание на проблематике условной ментальной воли к образам/географическим образам, приходится задуматься о той цивилизационной специфике России, которая, возможно, не описывается отмеченными ранее концептами. В сущности, пространство российской цивилизации, в той мере, в какой оно представимо в рамках любой социокультурной манифестации или репрезентации, обладает онтологической двойственностью: оно вполне образно и содержательно может быть описано и охарактеризовано внешними "наблюдателями" из иных, хотя бы и соседних, цивилизаций и культур; в то же время, оно может быть описано "изнутри" как пространство предстоящее, как бы еще незанятое и пустое – как пространство, постоянно ждущее "воли к освоению". И это освоение пространства становится часто некой постоянной онтологической модальностью. Российское пространство повсеместно находится, пребывает в стадии перманентного освоения, и тем самым, оно осуществляется в образном плане как пространство перехода и как лиминальное, пограничное, фронтирное пространство⁹.

Подобная пространственно-цивилизационная фронтирность может показаться вполне типологическим случаем – в сравнении, скажем, с латиноамериканской цивилизацией¹⁰. Однако, слишком, может быть, затянувшаяся в масштабах европейского цивилизационного времени фронтирная история России (чего, кстати, всё же нет в рамках латиноамериканской цивилизации, там фронтир укладывается во вполне западные по происхождению образы его преодоления и переживания) может подсказать нам, что внешняя фронтирность российских пространств – признак, возможно, совершенно иного типа цивилизационного осмысления и воображения собственного пространства.

Похоже, что, по крайней мере, со второй половины XIX века (хотя первые социокультурные симптомы могут относиться и к первой

⁹ См.: Замятина Н.Ю. Зона освоения (фронтир) и ее образ в американской и русской культурах // *Общественные науки и современность*. 1998. № 5. С. 75—89.

¹⁰ Саа Л. *Философия американской истории. Судьбы Латинской Америки*. М. Прогресс, 1984; *Сравнительное изучение цивилизаций: Хрестоматия: Учеб. пособие для студентов вузов / Сост., ред. и вступ. ст. Б.С. Ерасов*. М. Аспект Пресс, 1998.

половине XIX века), российская цивилизация вырабатывает всё же постепенно определённые специфические географические образы, которые, с одной стороны, уже не являются простым продолжением и расширением европейского воображения (коим устойчиво "питалась" и воспроизводилась Россия весь XVIII век), а, с другой стороны, фиксируют постоянную ситуацию ментального "оконтуривания" условно пустых пространств, предполагаемых в будущем к освоению. Именно эта ментальная "неоконченность", незавершенность географических образов становится в течение всего XX века "фирменным знаком" российских пространств, подтверждая тем самым их несомненную "российскость". Надо ли говорить, что географические образы неосвоенных/слабоосвоенных пространств вполне органично воспроизводились как образы Сибири и Дальнего Востока (реже – Урала и Русского Севера), что становилось серьёзной цивилизационной проблемой России, оставшейся в своём "государственническом" самосознании много западнее как бы запаздывавшей в своей геисториософии¹¹?

С большой уверенностью можно было бы говорить о конкретной цивилизационно-образной "шизофрении" России, если бы только по-прежнему доминировали и господствовали социокультурные представления европейского/западного Модерна. Однако когнитивная ситуация Постмодерна оказывается благоприятной для анализа ментально-цивилизационных "расщеплений", разделений и сосуществований, ибо само пространство становится предметом многочисленных пространственных спекуляций¹². В силу этого географические образы могут рассматриваться как несомненное свидетельство цивилизационной идентичности уже сами по себе, вне жесткой зависимости от каких-то других цивилизационных признаков. Между тем, традиционные цивилизационные признаки, продолжающие устойчиво воспроизводиться какими-либо локальными сообществами (например, вполне ортодоксальные для России имперскость и православие), существуют в параллельных ментальных мирах, порождая параллельные образно-географические и ментальные карты.

¹¹ См.: Замятин Д.Н. Россия и *нигде*: географические образы и становление российской цивилизационной идентичности // Россия как цивилизация: Устойчивое и изменчивое; отв. ред. И.Г. Яковенко; Науч. совет РАН «История мировой культуры». М. Наука, 2007б. С. 341—367.

¹² Слотердаик П. Сферы. Макросферология. П. Глобусы. СПб. Наука, 2007.

Будущее становится идеей, получающей свои географические образы и представления – таков один из предварительных выводов Постмодерна. Россия, часто воображавшаяся уже в эпоху Модерна как страна будущего, начиная с Лейбница (причём это был по преимуществу европейский дискурс, с той или иной степенью успешности и оригинальности воспроизводившийся отечественными мыслителями), становится, так или иначе, цивилизацией географических образов, таких образов, которые призваны как бы вновь и вновь пересоздавать пространства, не поддающиеся строгому и последовательному ментальному картографированию Модерна¹³. Возможно, основная цивилизационная сила и одновременно цивилизационная специфика России заключается в моделировании географических образов, выходящих за пределы традиционного пространственного воображения других цивилизаций. "Пусковым крючком" выявления подобной цивилизационной специфики стал Постмодерн.

Что же есть тогда Северная Евразия как пучок географических образов, долженствующих представить цивилизационную специфику России в её максимальной полноте и целостности? Это в любом случае пространство, не мыслимое Европой как самодостаточное и автономное, не в силу какой-то ментальной невозможности помыслить такое пространство, но по причине отсутствия устойчивой ментальной необходимости. Образ Великой Тартарии был минимально необходим европейской цивилизации и в то же время достаточен ей для расширенного воспроизводства собственной идентичности, в рамках которой картезианские образы пространства играли хотя и важную, но не самую главную роль¹⁴. Ментальный экран китайской цивилизации, оказывающийся мощным "противоходом" для чисто европейского воображения¹⁵, позволяет говорить о том пространстве, которое

¹³ Вульф Л. Изобретая Восточную Европу: карта цивилизации в сознании эпохи Просвещения. М. Новое литературное обозрение, 2003.

¹⁴ Замятин Д.Н. Азиатско-Тихоокеанский регион и Северо-восток России: проблемы формирования географических образов трансграничных регионов в XXI веке // Восток. 2004. № 1. С. 136—142.

¹⁵ Гране М. Китайская мысль. М. Республика, 2004; Кобзев А.И. Особенности философской и научной методологии в традиционном Китае // Этика и ритуал в традиционном Китае. М. Глав. ред. вост. лит. изд-ва «Наука», 1988. С. 17—56; Малявин В.В. Китай в XVI—XVII веках. Традиция и культура. М. Искусство, 1995; Воскресенский А.Д. Дипломатическая история русско-китайского Санкт-Петербургского договора 1881 года. М. Памятники исторической мысли, 1995; Он же. Россия и Китай: теория и история

"проскакивается" и "не замечается" Европой/Западом, и, одновременно, довольно безуспешно, "втягивается" в пространства Восточной и Юго-Восточной Азии.

Образно-географическое пространство Северной Евразии, возможно, открывается в рамках Постмодерна как метапространство, предоставляющее принципиально новые способы и дискурсы воображения. Аналогия слишком прозрачна, однако открытие Америки также изменило европейские дискурсы пространственности, обеспечив тем самым саму возможность разворачивания Модерна¹⁶. Как бы то ни было, даже виртуальное возникновение таких параформальных географических образов, как Северо-Евразийская республика или же Северо-Евразийская Федерация, может помочь российскому цивилизационному воображению "сбросить", переработать образный балласт Модерна, сняв вполне чуждый и запоздавший национализм как когнитивное излишество распадающегося Модерна. Пучок географических образов Северной Евразии вполне может мыслиться как метапространство без строго национальных/националистических маркеров, как метапространство, собирающее признаки, символы, знаки "трудных пространств" (термин Вадима Цымбурского)¹⁷ и тем самым как бы предлагающее идентифицировать себя с определённой цивилизацией – здесь-и-сейчас. Иначе говоря, собственно конкретный пространственный опыт, в его образно-географических результатах, версиях, манифестациях может предстать в условиях Постмодерна как потенциал вновь развёртывающейся цивилизации.

По сути дела, даже образ самой российской цивилизации может быть, в конце концов, представлен как необходимая пространственная транзакция¹⁸, посредством которой обретается, производится в

межгосударственных отношений. М. МОНФ, 1999; Фишман О.Л. Китай в Европе: миф и реальность (XIII-XVIII вв.). СПб. Петербургское востоковедение, 2003.

¹⁶ Кайзерлинг, фон Г. Америка. Заря нового мира. СПб. Санкт-Петербургское философское общество, 2002; Бодрийар Ж. Америка. СПб. «Владимир Даль», 2000; Аинса Ф. Реконструкция утопии. Эссе. М. Наследие, 1999.

¹⁷ Цымбурский В.Л. Остров Россия. Геополитические и хронополитические работы. 1993—2006. М. РОССПЭН, 2006.

¹⁸ См. Замятин Д. Геономика: пространство как образ и транзакция // Мировая экономика и международные отношения. 2006. № 5. С. 17—19; Он же.

ментальном плане метапространство Северной Евразии, чей дискурс в постмодернистском ключе может оказаться вне каких-либо цивилизационных рамок или натяжек, свойственных эпохе Модерна. Россия как образ цивилизационного перехода (фронтiera) порождает необходимое количество и качество оригинальных географических образов. Эти географические образы оказываются ментальной трансакцией, как бы снимающей сам цивилизационный фронтier. Благодаря подобной геонимической операции, появляется метапространство, чья дифференциация может быть обусловлена сериями последовательных географических образов, определяющих событийность всех вновь возникающих ландшафтов и региональных идентичностей. Онтология цивилизаций вообще может оказаться в таком случае частной, локальной возможностью когнитивного моделирования ретроспективных географических образов, мыслимых как условно замкнутые ментальные миры.

III.

Если попытаться осуществить "сдвиг на биологический уровень" (концепт Сергея Эйзенштейна)¹⁹, то воображение страны/пространства предстаёт задачей не столько цивилизационного или культурного плана, сколько по-настоящему биологической "вехой", за пределами которой жизнедеятельность и жизнеустройство конкретных человеческих сообществ становится эволюцией с заранее наведёнными параметрами, имеющими в качестве и онтологического, и феноменологического оснований самоорганизующиеся географические образы. Пространственные идентичности, в таком случае, могут рассматриваться как продукты целенаправленных биологических эволюций, порождающих не только определённые биологические виды и их среды, но и их специфические пространственные реальности – как частные модификации и конфигурации более общих типологически географических образов²⁰. Локальные сообщества разрабатывают собственные пространственные идентичности как события и одновременно - как органические части

Пространство как образ и трансакция: к становлению геонимии // Политические исследования. 2007. № 1. С. 168—184.

¹⁹ Эйзенштейн С.М. Метод. Т. 1. М. Музей кино, Эйзенштейн-центр, 2002.

²⁰ См.: Бейтсон Г. Экология разума. Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии. М. Смысл, 2000; Он же. Разум и природа: Неизбежное единство. М. КомКнига, 2007; Элиас Н. Общество индивидов. М. Праксис, 2001.

своей жизни, чьи образно-географические параметры являются, по сути, чистой биологией земного пространства в его топографической феноменологии.

Всякие вновь возникающие отдельные национальные и региональные истории, предполагающие столь же отдельные и своеобразные географии, заключают в себе когнитивные ядра биологических приспособлений, адаптаций. Эти ядра постоянно трансформируются, позволяя локальным воображениям выбирать те когнитивные траектории, которые обеспечивают на данный момент/ эпоху оптимальные биологические стратегии выживания, развития, расширения, экспансии. Если же попытаться в первом приближении осмыслить те вариации развития человеческих сообществ, которые описаны и исследованы в рамках культуры Модерна (по крайней мере, на протяжении XVIII – XX вв.), то пространственные идентичности, вполне возможно, оказываются неким образным компромиссом между очевидным стремлением сообществ и отдельных личностей биологизировать пространственные среды. Они становятся конкретными социальными проектами с наличием устойчивого, по всей видимости, глубинно-психологического фундамента (явившегося, возможно, предметом доисторического/догеографического консенсуса в рамках человеческих сообществ), предполагающего телесные характеристики земного пространства исключительно внутренними, интровертивными по отношению к любой могущей последовать когнитивной интерпретации²¹. Иначе говоря, пространственные идентичности могут как бы накапливаться, нагнетаться соответствующими сериями художественных, научных, интеллектуальных осмыслений, социокультурных и социополитических проектов и манифестаций, оставаясь при этом всякий раз предметом индивидуального биологического выбора/решения.

Что же может значить подобный "сдвиг на биологический уровень" в контексте постоянно формулируемой и переформулируемой проблемы "Вообразить Россию"? Как бы то ни было, серии последовательных историй и географий России на протяжении XIX – начала XXI века представили страну как строго очерченное "ментальное тело". «Биология» российских пространств завязана в промежуточном итоге

²¹ См.: Юнг К. Символическая жизнь. М. Когито-Центр, 2003; Кэмпбелл Дж. Мифический образ. М. АСТ, 2002; Слотердаик П. Сферы. Макросферология. П. Глобусы. СПб. Наука, 2007.

на пространственные идентичности, расположенные как бы вовне самих российских пространств.

Ментальное перемещение, продвижение пространственных идентичностей вовнутрь как бы пустого или полупустого "тела" России может быть связано как раз с его интенсивной "биологизацией" как места разного рода социокультурных проектов локальных сообществ и личностей. Образно-географическое картографирование в процессе подобной "биологизации" России будет означать формирование новых трансформированных пространственных идентичностей, заряженных на экстравертивные, открытые вовне социальные практики, являющиеся, по сути, этапом локальной биологической эволюции.

Нужно ли думать, что проблема "Вообразить Россию" является по преимуществу феноменологической – даже если осмыслять ее в рамках биологической эволюции? Точно также, как постоянно могут формулироваться проблемы "Вообразить Германию", "Вообразить Францию", "Вообразить Бразилию" и так далее, точно также возможно построение постоянно меняющихся доменов воображения, ориентированных на практически любые социокультурные проблемы как проблемы пространственных идентичностей. Однако, серии пространственных феноменологических опытов, проектов так или иначе всякий раз будут стремиться за пределы феноменологии, ускользая в сторону онтологий неразличимых телесных практик, которыми пространство разлагает свои собственные образы.

В сущности, именно телесные практики, выходящие за собственные пределы в качестве социальных репрезентаций, и обеспечивают минимально возможные локальные образы, становящиеся в дальнейшем, в ходе широких социально-проектных мультиплицированных, географическими образами стран. То, что, безусловно, даёт возможность подобных мультиплицированных – это мощные технологии закрепления и преобразования памяти/памятей, являющиеся изначально пространственными²². Кино, видео,

²² См.: Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. М. Новое издательство, 2007; Франция-память / П. Нора, М. Озуф, Ж. де Пюимеж, М. Винок. СПб. Изд-во СПбГУ, 1999; Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М. Языки славянской культуры, 2004; Флюссер В. За философию фотографии. СПб. Изд-во СПб. ун-та, 2008.

фотография, Интернет, визуальные искусства стали в эпоху Постмодерна тотальными пространственными реальностями, заменяющими и закрывающими неэффективные способы опространствления памяти. Любая страна становится в таком случае своей собственной памятью о наиболее массовых пространственных реальностях, фиксируемых её географическими образами.

Итак, вообразить Россию можно как пространство-тело социальных практик, репрезентируемых своей собственной биологической эволюцией в рамках генерализированного пучка географических образов Северной Евразии. Пространственные идентичности, формируемые подобным образно-географическим пучком, будут, скорее всего, постоянно дифференцироваться как в сторону несомненного упрощения ("гладкие поверхности" массовых идентичностей типовых локальных сообществ), так и в сторону неожиданных локальных "взрывов" ("сложные поверхности" анклавных сообществ, мыслящих своё "технэ" как оригинальный и неповторимый топографический опыт). Такие дифференциации, опять-таки, могут быть представлены или воображены как расходящиеся, раздвигающиеся пространственные поля, остающиеся, тем не менее, в процессе своего расширения всё-таки связными и коммуникативными.

**ЧАСТЬ ВТОРАЯ.
Историко-культурные ценности
Северо-Кавказских республик
как один из инновационных ресурсов
их развития.**

М.А. Аствацатурова

**Креативные возможности
региона Кавказских Минеральных Вод**

В системе разнонаправленных действий по консолидации российского общества и упрочению российской идентичности как полиэтничной и многокультурной выделяется такое инновационное направление, как этнокультурный брендинг территорий. Данное направление особенно актуально для полиэтничного Северного Кавказа, который обладает социокультурной гомогенностью и, вместе с тем, выраженным этнокультурным разнообразием.

Положительный образ и привлекательный имидж Северного Кавказа крайне важен во всей системе общественно-политических отношений России, что неоднократно отмечалось первыми лицами политического истеблишмента российского общества. В своём Послании Федеральному Собранию РФ в 2009 г. Президент РФ Д.Медведев подчеркнул значение Северо-Кавказского региона в общем геополитическом, экономическом, социальном и культурном пространстве и поставил масштабные задачи по стабилизации ситуации в регионе (1). Инновационным направлением такой стабилизации является поиск и популяризация во внутрироссийском и международном масштабе эффективного бренда региона как территории *безопасности, благополучия, и социальных перспектив*. Концентрация и популяризация положительного образа Северного Кавказа чрезвычайно важны в общем процессе осознания единства *«трёх карт - физической, административно-государственной и*

этнической», что отмечает В.А. Тишков, выделяя интенции российского национального единства (2). Значение бренда региона актуализируется в связи с образованием в 2010г. Северо-Кавказского федерального округа с административным центром в г. Пятигорске (3). Выделение Северо-Кавказского федерального округа из Южного федерального округа является сильным и в известном смысле глобальным для Северо-Кавказского региона политико-административным решением. Его содержательные принципы и эмоциональный пафос напрямую способствуют повышению имиджа Северного Кавказа в части акцентирования таких характеристик как стабильность, привлекательность, конкурентоспособность. Эти характеристики являются базовыми для упрочения позитивных тенденций развития региона в целом и его отдельных субъектов в частности.

Образование Северо-Кавказского федерального округа соответствует новому качеству общественно-политических отношений на Северном Кавказе, которое обусловлено преодолением масштабных геополитических и этнополитических рисков. Современность Северного Кавказа отмечена многими позитивными процессами и тенденциями, которые реализуются в сочетании традиционного и модернизационного векторов развития. Все эти тенденции позволяют на высоком теоретическом, прикладном и организационном уровне разработать и реализовать идею бренда Северного Кавказа как безопасной территории с привлекательными социальными горизонтами и перспективами социокультурных проектов. Кроме того, идея разработки и популяризации бренда Северного Кавказа и его отдельных территорий в полной мере дополняет идеологические и операциональные принципы государственной национальной политики РФ, направленной на сохранение этнокультурного наследия народов России (4).

В рамках новых реалий создаются и новые возможности для оптимизации в общественном сознании таких имманентных составляющих бренда региона как полиэтничность, поликультурность, поликонфессиональность. В сочетании они позволяют сформулировать такой брендовый слоган как *этнокультурный диалог*. Этот бренд в полной мере соответствует историко-политическим реалиям развития региона, в котором достигнута общность исторического прошлого и настоящего населяющих его народов. На Северном Кавказе сложился и успешно реализуется диалог славянского (прежде всего русского)

населения с коренными северокавказскими народами и многочисленными диаспорами, представляющими страны ближнего и дальнего зарубежья (5). Здесь достигнут высокий уровень взаимодействия всех субъектов этносферы, каждый из которых осознаёт своё место и роль в общественных отношениях. Этничность остаётся существенным фактором взаимосвязей жителей региона, а также и определённым аргументом в достижении ими жизнеобразующих целей (6). Этнокультурное разнообразие составляет необходимое условие социокультурной целостности Северного Кавказа, которая базируется, в том числе, и на осознании жителями региона общности исторических судеб (7).

Бренд *этнокультурного диалога* как нельзя лучше накладывается на современное качество состояния региона, в котором достигнут не только определённый уровень общечеловеческой безопасности, но и определённый уровень общественного согласия по поводу мирного и динамичного развития региона.

Успех институционализации бренда *этнокультурного диалога* может быть обеспечен ростом гражданских, патриотических настроений. На базе ресурсов Северо-Кавказского региона представляется успешным развитие идеи *гражданского надэтнического единства жителей СКФО как граждан РФ* (8). В то же время идея сохранения этнокультурного разнообразия и своеобразности, которая традиционно близка региону, является привлекательной и эмоционально значимой для населения субъектов нового ФО.

Заинтересованность в «*добром имени региона*» проявляется в общественных настроениях, коллективных ориентирах жителей различных субъектов Северного Кавказа, которые, вместе с тем, демонстрируют опасения перед экстремистскими идеями, радикальными движениями, проявлениями бытового национализма и ксенофобии (9).

Важнейшей составляющей бренда Северного Кавказа является традиция миротворчества, которая имеет выраженный гуманитарный и гуманистический характер и объединяет усилия органов власти, местного самоуправления, институтов гражданского общества.

Акцентирование положительных и привлекательных сторон северокавказского сообщества имеет не только общее

социокультурное, но и общественно-политическое значение. Позитивный бренд региона способствует выходу местных сообществ из ситуации этнополитической стагнации. Нацеленный этнокультурный брендинг как популяризация положительных этнокультурных характеристик и типичных свойств регионального сообщества предоставляет широкие возможности для акцентирования межкультурного обмена, развития традиции взаимодействия народов, популяризации миротворчества.

Креативные возможности для этнокультурного брендинга Северного Кавказа предоставляет особо охраняемый эколого-курортный регион Кавказских Минеральных Вод (далее - КМВ). Объективные обстоятельства, обуславливающие бренд КМВ, состоят в следующем:

Фактор уникальности определяется выгодным географическим и геополитическим положением региона с выдающимися природно-климатическими свойствами. Уникальные рекреационные характеристики, широчайший спектр бальнеологических свойств и номенклатура источников составляют непререкаемые характеристики приоритета КМВ. Города КМВ - курорты федерального, международного значения, центры досуга, отдыха, туризма, развлечений. Также очевидно и уникальное историко-культурное наследие, культурный ценз которого имеет международное признание.

Фактор престижа определяется статутом курорта федерального значения, а также развитой городской инфраструктурой, разнообразной социальной палитрой, широким этнокультурным ландшафтом городов КМВ. Престиж дальнейшего развития КМВ связан с общими направлениями развития нового ФО в соответствии с целевыми федеральными программами, концепцией «точек роста». В городах КМВ сложился особый тренд городской жизни, которая сродни европейским курортам, что подтверждается расширяющимися возможностями для спорта, отдыха, развлечений, целевых и адресных программ релаксации и восстановления не только физического, но душевного здоровья и эмоционального настроения.

Фактор интеграции заключается в объединении территорий Ставропольского края (58 %), Карачаево-Черкесии (33 %), Кабардино-Балкарии (9%). Регион КМВ является уникальным за счет включения в него сопредельных территорий трёх субъектов Северного Кавказа, что логично по существу. КМВ объединяют территории с гомогенным в культурном плане населением, которое объединено

историческими традициями взаимодействия. Несмотря на некоторые острые сюжеты этого взаимодействия, население региона осознаёт свою общность, которая в большей степени проявляется в ставропольском сегменте КМВ как определяющем. Вместе с тем, жители сопредельных со Ставропольским краем республик – Карачаево-Черкесии, Кабардино-Балкарии, Северной Осетии – Алании - воспринимают КМВ в известном плане как общее северокавказское и российское достояние.

Фактор полиэтничности и многоконфессиональности определяется тем, что в регионе КМВ проживают: абазинцы, азербайджанцы, армяне, белорусы, болгары, греки, грузины, евреи, кабардинцы, карачаевцы, немцы, поляки, осетины, русские, украинцы, черкесы и др. В субъектах Северного Кавказа функционируют многочисленные и эффективные общественные миротворческие, национально-культурные организации, общественные организации семей и родов. Заметным участником регионального процесса выступает казачество, осуществляющее этнокультурное и этнополитическое структурирование. Здесь же осуществляется успешное позиционирование институтов Русской православной церкви в лице Ставропольской и Владикавказской епархии под руководством **архиепископа Феофана** (10). Действуют Духовное управление мусульман Ставропольского края и Карачаево-Черкесии под руководством **Исмаила-хаджи Бердиева** и духовные управления мусульман других республик. Здесь же действуют приходы Армянской апостольской церкви на Юге России, иудейские общины, католические приходы, общины буддистов, конфуцианцев, общины протестантов, лютеран, руководители которых также заметны в гуманитарном и общественном диалоге.

В этой связи перспективным является понимание региона КМВ как **единого поликультурного мегаполиса** с выраженным индивидуальным портретом каждого города, в котором проявляются этнокультурные черты проживающих народов.

Развитие бренда КМВ может базироваться на соответствующей нормативно-правовой базе, а именно: Указ Президента РФ Б.Н. Ельцина от 27 марта 1992 г. **«Об особо охраняемом эколого-курортном регионе Российской Федерации – Кавказских Минеральных Водах»**; Постановление Совета Министров от 23 октября 1993 г. № 1063 **«Об утверждении Федеральной программы**

«Развитие особо охраняемого эколого-курортного региона Российской Федерации – Кавказских Минеральных Вод», а также Постановление Правительства Российской Федерации 17 января 2006 г. № 14 «О признании курортов Ессентуки, Железноводск, Кисловодск и Пятигорск, расположенных в Ставропольском крае, курортами федерального значения и об утверждении положений об этих курортах» (11).

По инициативе Правительства Ставропольского края и администрации КМВ в связи с поручением Президента РФ В.В.Путина от 12 августа 2004 г. разработана *«Стратегия социально-экономического развития эколого-курортного региона Кавказских Минеральных Вод до 2020 года»*. Также разрабатываются стратегии социально-экономического развития городов Кавказских Минеральных Вод до 2020 года - Пятигорска, Кисловодска, Железноводска. Все проекты как важнейшую компоненту предусматривают целевое развитие этнокультурной сферы и сферы межкультурного диалога с широким участием всех заинтересованных акторов – органов власти и управления, национально-культурных организаций, домов национальных культур и центров дружбы.

Этнокультурный брендинг региона КМВ может осуществляться на основе сложившегося взаимодействия власти, общества, бизнеса, в котором активно проявляется «третий сектор» - общественные организации – ветеранские, женские, мигрантские, инвалидские, молодёжные, благотворительные. Особым ресурсом развития и популяризации этнокультурного бренда КМВ являются национально-культурные организации и автономии. Это около 40 национально-культурных общественных объединений таких этнических групп, как: адыгейцы, абазины, азербайджанцы, армяне, болгары, греки, евреи, ингуши, кабардинцы, карачаевцы, корейцы, немцы, народы Дагестана, осетины, поляки, русские, татары, украинцы, черкесы, чеченцы. Из них: 3 – региональные на КМВ, 1 - представительство краевого отделения российской организации (12). Собственные существенные ресурсы для этнокультурного бренда имеет казачество, которое реализует коллективные интересы во взаимодействии с органами власти и управления, Ставропольской и Владикавказской епархией русской православной церкви.

При разработке бренда территорий крайне важно выделить его социальные составляющие. Применительно к региону КМВ выделяются три группы элементов:

- А) *предприимчивость, коммуникация, транспортные узлы, инфраструктура бизнеса и предпринимательства, этнопрофессионализм;*
- Б) *исследования, диагностика, лечение, восстановление, профилактика, релаксация;*
- В) *развлечения, досуг, спорт, хобби, путешествия.*

Новым направлением этнокультурного бренда на КМВ является *этнокультурный туризм*, который включает: участие в праздниках, фестивалях, акциях *День казачки, Казачьи игры, Национальные подворья, Кросс наций*; посещение храмов, музеев, мемориалов, а также праздников в *Домах национальных культур*, акций побратимских связей с городами США, Германии, Болгарии, Израиля, Греции и др. К услугам гостей курортов КМВ - развитая сфера сувенирной промышленности, изделий *hand made*, которые можно приобрести не только на импровизированных рынках, но и в новых *Этношопах*. Немаловажной приметой бренда КМВ как бренда этнокультурного диалога является возможность дегустации местных вин, блюд национальной кухни, которая представляется весьма экзотичной для жителей средней полосы России, Урала, Сибири. В этом плане типичны названия ресторанов, кафе, магазинов, которые отражают историческую, этнокультурную специфику региона: *«Русский двор», «Чайная «Самовар», «Кофейня Гукасова», «Веста», «Феб», «Наири», «Киликия», «Эрфольг», «Осетинские пироги», «Ресторан Казачий», «Айсор», «Олимпия», «Понтос», «Родос», «Мимино», «Иверия», «Старый Баку», «Беречет»* и др.

Вместе с тем, вывески демонстрируют приверженность региона российскому и европейскому культурному пространству, проникновению на КМВ «этикеток» мировых традиций и брендов быта, отдыха, досуга, услуг, торговли, например: *«Арбат», «Эрмитаж», «Ностальжи», «Камелот», «Санта-Фе», «Суши-бар», «Китайский ресторан», «Восточный экспресс», «Вавилон», «Дон Капучино», «Окно в Париж», «Рим», «Юлий Цезарь», «Рив Гош», «Иль – де - Боте», «Паоло Конте»* и др.

Контрапунктами бренда КМВ с успехом могут выступать *комфорт, благоприятное самочувствие, хорошее настроение*, реализующиеся

в самобытном этнокультурном пространстве. Миссией региона КМВ являются не только услуги санаторно-курортного комплекса, но и услуги поддержания и развития богатой культурной традиции русской и российской культуры как диалоговой культуры разных народов. Сами природно-климатические факторы, а также курортно-развлекательная атмосфера рождает предпосылки для оптимизма, социальной уверенности, взаимного интереса и уважения, а также для *«смягчения нравов»*. Пребывание *«на Водах»* предполагает физическое и духовное отдохновение, моральный и нравственный релакс, достижение эмоционального равновесия, а также развитие патриотических чувств - чувства гордости за Отечество, за Российское государство и российскую нацию.

Потребителями бренда КМВ на современном этапе являются не только граждане РФ, предпочитающие санаторно-курортное лечение и отдых. В организации этнокультурного, ностальгического, культурно-ознакомительного, экологического, корпоративного туризма и отдыха заинтересованы широкие новые слои и круги, как граждан РФ, так и зарубежных стран. Это руководители и представители министерств, ведомств, комитетов, общественных организаций, общественных движений, диаспор, религиозных конфессий и др.

В целом, брендинг КМВ целесообразно осуществлять в рамках схемы:



Особое место в системе этнокультурного бренда КМВ занимает Пятигорск не только как самый крупный город, но и как центр вновь образованного СКФО. Пятигорск является вторым по численности населения городом Ставропольского края после столицы – г. Ставрополя. Население края на конец 2009 г. составляет около **250 тыс. чел., из них молодёжи - около 50 тыс. чел.** В городе - **30 санаторно-курортных учреждений, 16 вузов и филиалов**, множество учреждений культуры, развита сеть услуг, бизнеса и предпринимательства, площадок коммуникаций, досуга и развлечений. В городе успешно воплощается зрелая трёхсекторная модель общества, субъекты которой власть, гражданское общество, бизнеса активно взаимодействуют друг с другом. В этом взаимодействии выделяются: Дума г. Пятигорска, администрация г. Пятигорска, Общественный совет г. Пятигорска, муниципальные учреждения и предприятия, институты гражданского общества, предпринимательские и бизнес-структуры.

В городе действуют более **20 общественных организаций**, среди которых выделяются: национально-культурные, ветеранские, инвалидские, женские, благотворительные, мигрантские, миротворческие, молодёжные. В городе функционируют **Пятигорское отделение Южного российского ресурсного центра, Институт социальных перспектив, Миротворческая миссия им. генерала А.Лебеда на Северном Кавказе**, множество творческих объединений. В городе действует **Северо-Кавказское отделение Сети этнологического мониторинга и раннего предупреждения конфликтов.**

Существенный вклад в развитие городского сообщества вносят вузы города – **Пятигорский государственный лингвистический университет, Пятигорский государственный технологический университет, Пятигорский филиал Северо-Кавказской академии государственной службы** и др. В Пятигорске проводятся масштабные научные, общественно-политические конференции, форумы, конгрессы, фестивали. Также развито движение молодых волонтеров, которые участвуют в миротворчестве, благотворительности, работают с определёнными категориями горожан – дети, инвалиды, ветераны, пенсионеры.

Пятигорск является городом с полиэтничным населением, этноконфессиональным разнообразием городского сообщества. В

городе проживают приверженцы разных религий, прежде всего, православия. Христианский канон также представлен католичеством, армянской апостольской церковью. В Пятигорске несколько приходов Ставропольской и Владикавказской епархии Русской православной церкви, армянская апостольская церковь Сурб Саргис, мечеть Духовного управления мусульман Карачаево-Черкесии и Ставрополя, костёл прихода Девы Марии Римской католической церкви, синагога и др.

В Пятигорске действуют около 15 национально-культурных общественных организаций таких народов как адыги (адыгейцы, абазины, кабардинцы, черкесы), армяне (НКА), болгары, греки, евреи, карачаевцы, немцы (НКА), народы Дагестана (региональная КМВ), осетины, поляки (региональная - КМВ), русские, татары, украинцы, чеченцы совместно с ингушами. Заметную роль в общественных отношениях играет казачество – Горячеводский отдел Терского казачьего войскового общества.

В городе как муниципальное учреждение культуры действует *Дом национальных культур*, главными направлениями деятельности которого являются презентация этнокультурных интересов общин города, проведение праздников национальных культур, знаменательных событий, обмен культурными ценностями. Эти акции осуществляются в контексте полиэтничной городской сферы, ставропольских краевых и общероссийских ценностей. Город активен в системе межрегиональных связей с городами Северного Кавказа – Нальчик (КБР), Черкесск (КЧР), Владикавказ (Северная Осетия-Алания) и др. Также сложившейся традицией являют побратимские связи Пятигорска с городами Шверте (Германия), Трикала (Греция), Панагюриште (Болгария), Дебюк (США).

Образование центра нового ФО в Пятигорске - закономерный и перспективный политико-управленческий проект. Пятигорск имеет исторически сложившийся авторитет среди населения республик региона, привлекает к себе развитой городской инфраструктурой, традициями городского образа жизни. Пятигорск – значимый культурообразующий и образовательный центр не только Северного Кавказа, но и России в целом.

Придание Пятигорску статуса центра нового ФО открывает креативные перспективы для развития города и позиционирования его в регионе КМВ, в межрегиональных и международных отношениях. В известном смысле *«столичный проект»* для Пятигорска является своеобразным *«олимпийским проектом»*, реалии и следствия которого для города могут быть весьма успешными. При этом очевидно, что в городе уже достигнут определённый уровень развития инфраструктуры, которая может быть использована. Это наличие коммуникаций, развитие сфера бизнеса, курорта, туризма, наличие зданий общественного назначения, культурно-развлекательных комплексов. В Пятигорске существует база для бизнес - и делового туризма, для проведения совещаний, конференций и форумов различного масштаба. Важным фактором является управленческий, кадровый резерв органов местного самоуправления, а также активность общественных организаций и энтузиазм жителей. Эти направления общей работы органов МСУ, общественных организаций сформировали существенную базу для функционирования Пятигорска как центра нового округа.

Очевидно, что Пятигорск как центр СКФО составит определённую конкуренцию Ставрополю и столицам других субъектов. Однако новый статус города создаёт не только преимущества, но и некоторые риски. Так, важной задачей органов местного самоуправления будет совмещение интересов городского сообщества с интересами новой управленческой структуры. Здесь, прежде всего, обозначается проблема сохранения ресурсов города как города-курорта, интересы которого могут входить в противоречие с интересами города как административного центра СКФО. Это ставит перед органами МСУ города и органами аппарата полномочного представителя Президента РФ существенные задачи поиска взаимоприемлемых решений.

Также, вероятно, изменится конъюнктура общих социально-экономических и политико-административных отношений. Это предполагает новый уровень безопасности, обеспечения высокой степени современной коммуникации и информационной системы. Формирование аппарата полномочного представителя Президента РФ приведёт к включению в городское сообщество новой группы

управленцев и, в известном смысле, повлияет на его структуру. Вероятно, изменится и социально-профессиональный стереотип города, что придаст новое направление его развитию.

Придание Пятигорску статуса административного центра вносит существенные новации и в процесс формирования и популяризации бренда КМВ как бренда этнокультурного диалога. Здесь может усилиться политическая, административно-управленческая и организационная компонента. Вместе с тем, может трансформироваться имидж города как курорта в сторону усиления административной компоненты с дисциплинированием и известными ограничениями жизни не только городского сообщества, но и всего региона КМВ.

В целом, современная социальная динамика Северо-Кавказского региона свидетельствует о реальных перспективах развития бренда региона КМВ как бренда культурного плюрализма и этнокультурного диалога.

Литература.

1. Медведев Д. А. Послание Президента РФ Федеральному Собранию РФ. 2009 г. www.kremlin.ru
2. Тишков В.А. Три карты: физическая, административно-государственная и этническая // Этнопанорама. 2009. № 1-4. С. 2-8.
3. Указ Президента РФ от 19.01.2010 № 82 «О внесении изменений в перечень федеральных округов, утверждённый Указом Президента Российской Федерации от 13 мая 2000 г. № 849 и в Указ Президента Российской Федерации от 12 мая 2008 г. № 724. // Вопросы системы и структуры федеральных органов исполнительной власти. 2010.
4. Сохранение этнокультурного наследия. Обсуждение проекта Концепции сохранения и развития нематериального культурного наследия народов Российской Федерации на 2009-2015 гг. // Вестник Российской нации. 2009. № 1(3). С. 179-206.
5. Белозеров В.С. Этническая карта Северного Кавказа. – М. ОГИ, 2005. – 304 с.; «Русский мир» и проблемы обеспечения устойчивого развития региона / Под ред. Г.В.Косова. – Ставрополь. Ставропольское книжное изд-во, 2008. 268 стр.

6. Российский Кавказ. Книга для политиков / Под ред. В.А. Тишкова. М. ФГНУ «Росинформагротех», 2007; Северный Кавказ в национальной стратегии России / Под ред. В.А. Тишкова. – М. ФГНУ «Росинформагротех», 2008. 264 стр.
7. Авксентьев В.А., Гриценко Г.Д., Дмитриев А.В. Региональная конфликтология: концепты и российская практика / Под ред. чл.-корр. РАН М.К. Горшкова. М. Альфа. М. 2008. 368с.; Игнатов В.Г. и др. Экспертные оценки конфликтогенных процессов на Юге России. Информационно-аналитические материалы. Ростов н/Д. Изд-во СКАГС, 2006. 92 стр.
8. Иванова С.Ю. Патриотизм в системе социокультурных ценностей современной России. Ставрополь. Изд-во СГУ, 2003. 300 с.; З.А. Жаде. Векторы геополитической идентичности; Южный федеральный университет. ООО «Качество», 2007. 335стр.
9. Российская нация: становление и этнокультурное многообразие / Отв. ред. В.А. Тишков. М. ИЭА РАН, 2008. 308 стр.
10. Православные епархии Юга России в постсоветский период / Отв. ред. В.В. Черноус / Южнороссийское обозрение ЦСРИиП ИППК ЮФУ и ИСПИ РАН. Вып. 49. Ростов н/Д. Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2008. 196 стр.
11. Аствацатурова М.А. Управление в полиэтничном регионе: современное состояние и перспективы // Университетские чтения 2009. Пятигорск. ПГЛУ, 2009. С.179-185.
12. Федеральный курортный регион: опыт и перспективы. 1992-2008 гг. Коллектив авторов. Пятигорск: «Вестник Кавказа». 304 с.; Кавказские Минеральные Воды / Гл. ред. А.М.Тарунов. М. Научно-информационный издательский центр, 2003. 656 стр.