

Исторический центр после коммунизма

Для собрания, темой которого является жизнь городских центров, далеко не второстепенной значение имеет характер витальности городского центра, т.е. субстанция, восполняющая предполагаемые пустоты в социальном функционировании исторического центра.

От ее характеристик до известной степени могут абстрагироваться исследователи из стран старой демократии, где эта субстанция формировалась относительно плавно и постепенно в течение нескольких столетий. В то же время, для городов в странах, переживших в XX веке коммунистические эксперименты, характер городской витальности должен скрупулезно исследоваться и специально учитываться при определении стратегии развития. Многие в этих странах, особенно в странах славянских, представляется западному глазу странно вывернутым и нелогичным. Иначе и не может быть там, где формы социальной жизни являются следствием серии крутых и радикальных поворотов в развитии, насильственно и безответственно осуществленных несколько раз в течение одного столетия.

Представление о ревитализации восходит к теории «концентрических зон» Э. Берджесса, в соответствии с которой городской центр, расширяясь, захватывает омертвевшие участки второй зоны (бывшие гетто, трущобы, брошенные фабрики). Естественно, новая полноценная социальность сама на этих пустошах не нарастет, и стратегия ревитализации становится императивным дополнением к проектам городской реконструкции. Не менее важно в этой системе взглядов также обогащение социальных функций участков делового центра, пустеющих к концу рабочего дня. И в первом, и во втором случае речь идет, таким образом, о задаче интенсификации, восполнения социальной жизни старого центра. В посткоммунистическом городе все наоборот. В нашем городе Харькове (полуторамиллионник на востоке Украины, образовательная столица страны), наблюдаются многие черты, которые хорошо помнят также жители тех городов Восточной Европы, которые на собственном опыте наблюдали социальные трансформации 80-х и 90-х гг.

1.1. Повседневная уличная жизнь старого центра выглядит перенасыщенной. Это впечатление вызвано в первую очередь буйством *уличной коммерции*, которая возникает, похоже, спонтанно и неконтролируемо в любой точке городского центра, буквально кидаясь под ноги прохожим.

Новый частник накатывался на городские центры несколькими волнами, и у этого процесса были свои особенности в разных посткоммунистических странах. В Польше бескрайние торжища лоточников, освободив тротуары, рассосались по первым этажам домов. В России и на Украине, напротив, создался и надолго закрепился как бы второй одноэтажный город из бесконечных будок и будочек перед фасадами, на месте бывших газонов. Этот город переживал свои реконструкции и модернизации, исчезал и возникал снова.

Наибольшая концентрация уличной торговли (будки, переносные лотки, просто торговля с земли) окружает основные транспортные узлы – конечные остановки трамвая и троллейбуса, вокзалы, и, в первую очередь, станции мет ведущие к ним подземные переходы. В Харькове, так же как в Киеве и в Москве, в дальних новостройках, так называемых спальных районах, скопления киосков у станций метро давно уже образовали плотно застроенные территории с внутренними улицами, иногда занимающие несколько гектаров.

Другой излюбленной локализацией уличной коммерции в перестроечную и постперестроечную эпоху стали общественные свекры и парки (не знаю, почему, но в Польше нет аналогичных явлений). Кроме разнообразного общепита (от стационарных, часто монументальных, ресторанов до пивных под открытым небом и торговли вразнос) здесь цветут сувенирная торговля, разнообразные аттракционы, промысел фотографов с искусственными верблюдами и живыми обезьянами и громко вопящие караоке. Этот бедлам, конечно же, является наследником советской модели парков культуры и отдыха, но за вычетом культуры и с максимальными затруднениями для отдыха.

Декларации всех городских управ направлены на редукцию этих видов жизнедеятельности, т.е. в точном смысле слова, на девитализацию. Но ни регулярные милицейские рейды, ни периодические кампании по ликвидации киосков, ни даже официальные программы благоустройства мест

общественного отдыха не могут ликвидировать это явление. Обрезание кроны не затрагивает коррупционных корней, питающих уличную коммерцию.

1.2. Выплеснувшись сначала на тротуары и в подземные переходы, стихия частной торговли, накопив немного денег, начала отвоевывать у жилья первые этажи, сначала на главных, затем на боковых улицах, а потом и по всему центру. Часто при этом выкупались не только первые этажи, расположенные на уровне или чуть выше уровня земли, но также полуподвалы и высокие первые этажи. И в том, и в другом случаях для того, чтобы войти в новый магазин или кофейню, требовалось устроить лестницу. Экономя внутреннее пространство и арендную плату, лестницу выводили на тротуар перед плоскостью фасада. На тротуарах появлялись глубокие выкопы или вырастали причудливые крыльца, нередко выступающие на середину тротуара. Естественно, почти всегда эти функциональные устройства трактовались владельцем и его архитектором как поле для рекламной акции. Даже в том случае, если не было специальной нужды в сооружении лестницы или козырька, на фасаде здания появлялись причудливые наросты, пластически и стилистически разрушающие композицию здания и усиливающие визуальный хаос.

1.3. Профессия рекламиста фактически появилась в наших городах только с разрешением частной торговли. Похоже, одновременно с этим скончалась должность главного художника города. Во всяком случае, обильные и разнородные рекламные конструкции, на людной улице плотно заполняют все пространство фасадов от тротуаров до середины второго этажа, нимало не считаясь ни с архитектурой здания, ни с масштабом и колористикой своих рекламных соседей. Реклама активно распространяется и в третье измерение, заполняя перспективу улицы кронштейнами, консолями, а по краю тротуара – бесконечным рядом рекламных лайт-боксов. (Когда они только появились, главным оправданием попустительства властей была темнота на улицах; действительно, лет десять лайт-боксы были если не единственным, то главным освещением на центральных улицах. Дробный и светливый хаос фасадной рекламы дополняют крупные пятна билбордов и огромных баннеров, которые появляются всюду, где угол зрения расширяется: на площадях, перекрестках, на растяжках поперек улицы, на брендмауэрах

многоэтажных зданий, а то и по всей плоскости фасада (варшавянин здесь вспомнит перекресток Маршалковской и аллеи Иерусалимских).

Этот хаос, уродующий среду исторического центра, является точным визуальным аналогом стихийной коммерческой деятельности, уродующей уличную жизнь. Управленческие стратегии, направленные на преодоление и того, и другого, на первый взгляд предстают как стратегии запретительные и редукционистские, как стратегии *девитализации*. Глаз урбаниста с удовольствием увидел бы на месте нынешних коммерческих и рекламных эксцессов благородные линии исторических фасадов, так же как на месте стихийных рынков – аккуратно подстриженный газон. Но природа по Аристотелю не терпит пустоты. Хаос невозможно запретить, но его можно преодолеть организацией. Перспективу трансформации витальности центра лучше всего рассмотреть на материале особых режимов его функционирования – выходных дней и праздников.

2.

2.1. Посередине главной улицы Харькова, напротив огромного позднебруталистского здания оперы, начинается зона площадью в одну квадратную милю, на которую каждую субботу и воскресенье стягивается народ со всех харьковских окраин и из ближних пригородов. На территории мили находятся отрезок мэйн-стрит, упомянутый уже театр (на самом деле, развлекательный центр, включающий кино-палац, игротеки, бильярдные и кафе), городской сад имени Шевченко (несколько двухсотлетних дубов, великолепный памятник Шевченко, с дюжину открытых и крытых ресторанов, два больших фонтана, киноконцертный зал на 2 тыс. мест и зоопарк) и огромная площадь Свободы, бывшая Дзержинского (12 га), вторая по размеру в мире, после Пекинской Тяньаньмэнь.

Процесс циклической смены населения центра наблюдается много лет, и может считаться изученным в деталях. В его основе лежит нищета социальной инфраструктуры городских районов. Получив очередной ресурс свободного времени, массы молодежи, подростков и родителей с детьми, ведомые инстинктом социального самосохранения, устремляются в центр в поисках общения и развлечений. При этом они отнюдь не переполняют театры (на свои полтора миллиона жителей и 200 тыс. студентов Харьков имеет 6

театров) и музеи (их чуть больше – что-то около десятка). Циклические вливания окраины в центр вовсе не поднимают ее культурный уровень. Напротив, приспособившись к этим миграциям и извлекая из них доход, центр трансформирует свою индустрию свободного времени под невзыскательные вкусы и скромные финансовые возможности жителей окраины. Востребованы: зоопарк, луна-парки и площадки аттракционов, дешевые рестораны и пивные под открытым небом (по-настоящему дорогие и изысканные рестораны прячутся на периферии центра или даже вовсе в особых местах, доступных только на автомобиле). По вечерам вдоль всего бордюра, окружающего квадратную милю развлечений, стоят вереницы такси, готовые доставить клиентов к проституткам (и наоборот).

2.2. В праздничные дни место и режим проведения праздников весьма похожи на выходные. Отличия здесь, скорее, количественные. При социализме праздничные дни открывались демонстрациями или военными парадами на площади Дзержинского, у памятника Ленину (стоит до сих пор). Вечерами на площади устраивались «народные гуляния» с открытыми эстрадами и концертами «художественной самодеятельности». Теперь эстрады заменила огромная сборная сцена для концертов поп-музыки. Зимой посреди площади и тогда, и теперь воздвигается огромная елка. И тогда, и теперь завершением праздника становится мощный фейерверк (теперь не только в государственные праздники, но также в день города, в проводимые все лето «День пива», «День сыра» и т.п.; в городе есть собственная мощная фабрика пиротехники). После фейерверка многотысячная толпа растекается с площади по Сумской и по проспекту Ленина к станциям метро, громко скандируя подходящие к случаю лозунги, но чаще просто «Харьков! Харьков!». Это апофеоз коллективного духа города.

Резюме

Описанные режимы будничного и праздничного функционирования при всей своей незамысловатости, тем не менее, всякий раз демонстрируют высокую интенсивность уличной жизни, высокий уровень витальности городской среды центра. Речь, таким образом, не идет о ревитализации как о возвращении некоего утраченного качества, но о ре- или о пере-витализации, о наполнении центра некоторой иной активностью. Харьков в данном случае

представляет собой не просто случайный пример, выбранный из-за близкого знакомства. Пример этот вполне парадигматичен. Абсолютно то же самое происходит и в столице страны, Киеве (здесь массовые гуляния каждый уик-энд устраиваются на освобожденном от транспорта Крещатике), и в столице бывшей империи (в Москве «тусовка», подобная нашему саду Шевченко, уже много лет не прекращается на пешеходном Арбате).

Повсюду принципом происходящих культурных перемен является истощение и без того небогатой социальной инфраструктуры метрополий набегами жаждущих развлечений жителей периферии (в Москве – вплоть до крайнего Севера и Дальнего Востока). Речь таким образом, идет не о городской или региональной, даже не о национальной программе ревитализации городских центров. Перед нами цивилизационный тупик, средства выхода из которого должны быть соразмерны масштабу бедствия.

Тем не менее, не претендуя по столь частному поводу на рецепт глобального культурного оздоровления, закончим несколькими пунктами рекомендаций, которые подсказывает здравый смысл.

Во-первых, жесткая административная «зачистка» центра от заведомо дисфункциональных и оскорбляющих хороший вкус коммерческих заведений (а заодно и от наиболее одиозных образчиков коммерческой архитектуры и рекламной продукции). Нынешняя, существенно окрепшая и политически и финансово муниципальная власть вполне способна справиться с этой задачей, даже не подрывая источников собственного благосостояния. Но эти меры окажутся эффективными только в том случае, когда будут подкреплены квалифицированно составленным местным законодательством (в сущности, зонинговыми правилами, вводящими ясные и не допускающие различных толкований запреты на виды деятельности и рекламные приемы, не допустимые в историческом центре). Одновременно город должен стимулировать сосредоточение в центре учреждений культуры и обслуживания высшего ранга (и, естественно, наивысшей стоимости), используя, таким образом, состоявшийся факт социального расслоения для повышения престижа города.

Во-вторых, для удовлетворения массового спроса на услуги индустрии досуга по периметру «большого центра», т.е. далеко за пределами его исторического ядра, должны быть размещены коммерческие центры отдыха и

развлечений, способные с выгодой для себя принять волну воскресных мигрантов из пригорода.

В-третьих, аналогичные рекреационные центры, зачастую совмещенные с гипермаркетами розничной торговли, должны возникнуть вблизи транспортных узлов «спальных» районов города. Это обычный западный путь, который наметился уже и в Харькове. Первый центр подобного рода уже построен в крупнейшем жилом массиве Харькова, второй строится рядом. То же самое должно происходить в городах области. Ревитализация исторического центра метрополии, таким образом, оказывается неотделимой от процесса постепенного повышения уровня жизни на всей территории ее влияния.

Наконец, четвертая рекомендация относится именно к Харькову с его сорока вузами и четвертью миллиона студентов. Важнейшим средством укрепления социально-культурной инфраструктуры мегаполиса является стимулирование создания и развития системы студенческих клубов как сети специализированных коммерческих центров ежедневного досуга, корпоративного общения и внеаудиторного образования. Эту программу должен сформировать и стимулировать – в свои собственных интересах – город, а при необходимости, выступить ее лоббистом в центре, акцентируя, в т.ч., то обстоятельство, что Харьков исторически оказался в позиции образовательной столицы государства.