

УДК 316.77

КРИЗИС И КУЛЬТУРА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

И.В.Василенко

Гуманитарный институт НовГУ, niv05@mail.ru

Исследуется влияние кризиса на культурную составляющую жизни новгородцев, выявленное посредством анализа медиатекстов региональных интернет-ресурсов. Показано, как изменяется потребность людей в культурной информации в период экономических трудностей. Рассмотрены возможности использования символического капитала культурно-исторического наследия Новгородчины как способа преодоления кризиса с наименьшими психологическими потерями.

Ключевые слова: кризис, культура, региональные интернет-ресурсы, Ганзейские дни, юбилей Великого Новгорода

The article deals with the research of the economic crisis influence on the cultural make up life of Novgorodians that found out by the means of the region web sites media-text analysis. It is shown the changing of the human demand for cultural information in the period of economical problems. The «symbolic capital» of historical and cultural heritage of the Novgorod region was considered as a way of the crisis overcoming with the least psychological troubles.

Keywords: crisis, culture, region web sites, Hanseatic Days, Veliky Novgorod Anniversary

В последний год слово «кризис» с завидной регулярностью звучит в эфире, пугая снижением уровня жизни. Со страниц печатных СМИ и с экранов мониторов мы ежедневно читаем о проявлениях и последствиях кризиса. Аналитические публикации российских медиа трактуют ситуацию неоднозначно: то уверяют, что страна в силах справиться с последствиями кризиса благодаря стабилизационному фонду практически без особых потерь, то, наоборот, пугают новым спадом и непредсказуемыми последствиями.

Как повлиял кризис на заполнение ниши культурного досуга россиян? Может ли культурная составляющая использоваться посредством медиа как ресурс для преодоления кризиса? Мы задаем такие вопросы, обратив внимание на то, как во время экономических трудностей изменяется отношение людей к культуре как таковой и к культурной информации в частности.

Конечно, проблема не нова. Такими вопросами задаются многие отечественные аналитики. Они

предлагают разные пути поддержания культурной составляющей жизни населения. Например, Андрей Архангельский в статье «Провал средних» предполагает, что для среднего класса необходима своя собственная культура, соответствующая его требованиям, некий «компромисс между культурой высокой и низкой» [1]. Средний класс, как он полагает, не способен понять высокую «классическую» культуру, но его не удовлетворяет и совсем уже «пошлая» попса. Поэтому он претендует на свою культуру и пытается сам ее сформировать. Эти попытки, несмотря на их несостоятельность («2008 год стал годом тотального поражения «средней» культуры, годом ее размывания, массовизации и гламуризации» [2]), дают надежду на то, что «моральный кризис... может стать толчком к тому самому процессу самоидентификации, ускорить процесс самопостижения, без чего по-настоящему не может состояться ни средний класс, ни его культура» [3].

Дискутируя с А.Архангельским, Б.Кагарлицкий считает: для того, чтобы возникла новая культура, должно измениться само общество, никакие призывы тут не помогут, а это процесс длительный и сложный. Задачу же интеллектуалов видит в том, чтобы выработать некие ценностные ориентиры. «Историческая уникальность нынешней ситуации именно в том, что кризис дает каждому из нас возможность не только осознать несправедливость и неэффективность нынешнего социального деления, но почувствовать себя именно людьми — независимо от формального статуса, — изменить свою судьбу, не пытаясь, как раньше любой, пролезть на более высокую ступеньку карьерной лестницы, а открывая в себе внутренние способности, таланты и потребности. Это означает как готовность активно участвовать в изменении общества, так и способность жить и быть собой независимо от требований общества» [4]. Он предполагает, что в данной ситуации нам не нужно создавать «новую культуру» для среднего класса, а необходимо обратиться к классике, которая уже не раз помогла людям выходить из сложных ситуаций.

В мировой истории немало свидетельств того, что именно в кризисный период идет интенсивное развитие культуры. Например, во время Великой депрессии в США в 30-е годы XX в. была реализована грандиозная социальная программа по разным направлениям культурной жизни страны (музыка, театр, литература, изобразительное искусство, кино), так что к окончанию кризиса было создано столько культурных ценностей, сколько не создавалось прежде в такие сроки никогда.

Если информации, освещающей последствия экономических изменений в федеральном центре в медиапространстве, достаточно, то сделать какие-либо выводы о влиянии кризиса в регионах можно только с той или иной долей вероятности. Этому вопросу и посвящается данная статья, а именно выяснению влияния кризиса на культурную составляющую жизни Новгородского региона.

Новгородчина, с одной стороны, по состоянию экономики и общественного сознания близка к средним показателям обширной группы территорий Северо-Запада и Нечерноземья, а с другой, — обладает несоизмеримо большим, чем другие территории, символическим капиталом. Богатое артефактами настоящее Новгородского региона открывает возможности использования исторического контекста в вариантах осмысления и репрезентации сегодняшнего дня. Своеобразие региональной ситуации состоит и в том, что «кризисный» год совпал в Великом Новгороде с двумя масштабными по своему значению событиями — XXIX Ганзейскими днями Нового времени [5] и 1150-летним юбилеем Великого Новгорода.

Автор далек от мысли, что данное исследование отражает полную картину ситуации в регионе, однако мы можем оперировать лишь доступными в медиапространстве материалами. Мы регулярно слышим о том, что в регионах существуют специальные программы по преодолению экономических трудностей, но что это за программы, как они работают и к чему призваны привести в результате — знают только те, кто имеет к

ним непосредственный доступ, т.е. чиновники, включенные в реализацию этих проектов. Из медиатекстов же можно узнать зачастую только о том, что все идет по плану. Если в отношении конца кризиса анализ большого количества медиатекстов дает противоречивые результаты, то «конец гламура» в социокультурном плане уже констатирован и его провозвестниками, и исследователями современного медиадискурса [6].

На уровне обыденного сознания существует устойчивое представление о том, что в кризисные периоды населению, что называется, «не до культуры». Человек, столкнувшийся с финансовыми трудностями, в первую очередь думает, как выжить, прокормиться, а не о том, в какой театр ему сходить и какой музей он давно не посещал. Однако исследование текстов, доступных в медиапространстве, позволяет предположить, что все не так однозначно. Некоторые эксперты, наоборот, настаивают на росте значения культурной информации в период глобальных экономических изменений. Например, Максим Маслаков, генеральный директор компании «Артмедиа Групп», которой принадлежит ряд культурных проектов, подчеркивает, что культура — неотъемлемая часть нашей сегодняшней жизни, нашего сознания. И что если рассматривать кризис в историческом аспекте, то он может нести не только негатив, но и некую пользу. Недаром во многих медиатекстах о кризисе используется как метафора сообщение о китайском варианте написания этого понятия двумя иероглифами, один из которых означает «опасность», а другой — «благоприятная возможность». Самое главное — увидеть эти возможности и использовать их в полной мере. Не обойдется без трагедий, считает Маслаков, но в итоге выживет все достойное, а незначительное — уйдет [7].

С этой точки зрения мы рассматриваем контент интернет-ресурсов Новгородского региона как богатый семиотической информацией, связанной с великим прошлым Российского государства. Это такие сайты, как novgorodinform.ru, velikiynovgorod.ru, regnum.ru, наиболее активно пополняющиеся региональной информацией.

Не стоит отрицать, что в рейтингах популярности интернет-сообщений на первых местах традиционно стоят криминальные новости, политические, международные, медицинские и т.д., однако новости культуры имеют все же свою нишу, и популярность их весьма постоянна. По разным данным, они занимают в среднем 30% востребованной пользователями Интернета информации. А в периоды проведения в тех или иных регионах каких-либо культурных мероприятий возникает всплеск интереса к таковым, и этот показатель может превышать 50-60%.

Как уже упоминалось выше, в связи с проведением XXIX Ганзейских дней Нового времени в июне 2009 г. и празднованием 1150-летнего юбилея Великого Новгорода в сентябре 2009 г. к нашему региону было привлечено внимание мировой общественности, в том числе так называемой блогосферы, основными участниками которой, как известно, являются преимущественно молодые люди. На это обратили внимание и журналисты печатных изданий. Например, в газете «Новгородские ведомости» Томас Томмингас

поместил материал о том, что еще в период подготовки празднования 1150-летия в Интернете часто стали появляться упоминания о нашем городе как в историческом, так и в культурном аспекте. Многие из тех, кто узнал о Великом Новгороде из Интернета, не просто обратили внимание на информацию, а смогли приехать и собственными глазами увидеть и город, и праздничные мероприятия. Отрадно и то, что большинство отзывов в блогах пользователей мировой сети имеют положительную направленность: «Жду празднования дня Великого Новгорода, праздник обещает быть покруче, чем 300-летие Петербурга... Во всяком случае хотелось бы так» (bega_76 — blogs.mail.ru); «Мне очень понравился Кремль! Мы полдня гуляли по дорожкам, ползали в башню Кокуй, посещали Софийский собор, фоткались, гуляли по набережной и пешеходному мосту, прокатились на теплоходе до озера Ильмень») Очень красиво, уютно, даже как-то гостеприимно... Красота) Узнала кучу нового, увидела красивейшие места, купила сувенирчики, покушала сладкой ваты))» (dynyasha_08 — blogs.mail.ru) (из мат. Т.Томмингаса)..

Что же касается культурной информации в кризисный период в контенте новгородских интернет-ресурсов, то можно сделать некоторые выводы, проанализировав информацию о культуре на данных сайтах.

Первоначально исследование контента сайтов на предмет культурной привлекательности региона было проведено в апреле-мае 2008 г., т. е. еще в докризисный период. В результате анализа были сделаны выводы о том, что культурная жизнь региона в Интернете освещается довольно широко, интерес к ней стабилен, в обычное время, когда нет каких-либо объемных по масштабам культурных событий в регионе, ей отводится от 10% до 30% общего объема сообщений. Причем эта информация является востребованной, обсуждаемой (возможность оставлять комментарии существует практически на каждом сайте).

В связи с кризисом возникла необходимость в корректировке результатов анализа. Тем не менее, значительных изменений в контенте исследуемых сайтов не произошло, материалы, так или иначе упоминающие «кризис», встречались на сайтах не очень часто, лишь на одном из них (www.regnum.ru) выделены в отдельный блок («Мировой финансовый кризис»), и эти материалы не затрагивали культурную тематику. Самые значительные изменения произошли с сайтом www.novgorodinform.ru, который практически прекратил свое существование; последнее сообщение на нем было опубликовано 11 июня 2009 г. Связано ли это с экономическими трудностями или с какими-либо другими причинами, администрация сайта пользователям не сообщила.

В связи с празднованием 1150-летия Великого Новгорода объем сообщений о культурных мероприятиях, проходивших в городе, увеличился более чем вдвое и составил около 70% на сайтах www.regnum.ru и www.velikiynovgorod.ru. Причем сами материалы, посвященные культурной тематике, имеют положительную направленность, вызывают живой интерес

пользователей. Так, например, во время своего визита в Великий Новгород Президент РФ Д.А.Медведев лично обратил внимание на то, что и в сложные периоды нельзя забывать о культурных ценностях. «Мы целыми днями думаем, где достать бюджетные деньги, но сегодня я предлагаю подумать о культурно-историческом наследии — назло кризису» [8], — заявил он на открытии совместного заседания президиумов Госсовета и Совета при Президенте РФ по культуре и искусству. Как нам представляется, широкая общественность с этим согласна. Свидетельством тому явился огромный интерес жителей областного центра к открытию в Великом Новгороде выставочного центра и традиционному кинофестивалю «Веч», театральному фестивалю «Царь-сказка», которые осуществлялись как отдельные проекты, не связанные с выделением региону федеральных денег на проведение юбилейных торжеств. Да и сам факт того, что «вместе с новгородцами участниками празднования 1150-летия Великого Новгорода стали около 500 тысяч человек» [9], говорит о том, что в сложный период, связанный в том числе и с экономическими трудностями, люди не забывают о культурном аспекте жизни.

Таким образом, можно сделать вывод: вопреки мнению Н.И.Григорьевой, которая считает, что «образ мирового финансового кризиса на долгое время затмил самые яркие культурные явления современности» [10], в период глобальных экономических изменений востребованность культурной информации и возможность непосредственного участия населения в культурных событиях не только не теряет своей актуальности, а, наоборот, рассматривается как один из путей выхода из кризиса с наименьшими психологическими потерями.

1. Архангельский А. Провал средних — <http://www.vz.ru/columns/2009/1/3/243838.html> на 30.09.2009
2. Там же.
3. Там же.
4. Кагарлицкий Б. Культура и кризис — <http://www.vz.ru/columns/2009/1/12/245357.htm> на 30.09.09
5. Ганзейский Союз Нового времени, объединивший более 160 городов из 15 европейских стран, возник в 1980 г. Приоритетной для него является деятельность по сохранению культуры прошлого. Ежегодно в одном из городов проходят Дни Ганзы. Города-участники представляют на них свою культуру и традиции. В Великом Новгороде Ганзейские дни прошли 18-21 июня 2009 г. Представители более 100 европейских городов собрались, чтобы представить свои традиции в музыке, ремеслах и промыслах, национальной кухне, танцах, песнях и обрядах, а кроме того рассмотреть варианты совместной деятельности в сфере экономики, политики и культуры на уровне муниципалитетов.
6. Каминская Т.Л., Шмелева Т.В. // Вестник НовГУ. Сер.: История. Филология. 2009. № 52. С.43-45.
7. Культура и кризис — <http://www.fin-crisis.ru/news/2008-12-08-972> на 29.09.2009
8. Медведев: Даже в кризис необходимо помнить о вечном — <http://www.regnum.ru/news/fd-nw/novgorod/cultura/1206866.htm> на 30.09.2009.
9. Юбилей: цифры и факты — <http://www.novgorod1150.ru/news/654.html> на 29.09.2009.
10. Григорьева Н.И. Имидж России в коммуникативном пространстве — http://www.statebrand.ru/upload/files/doc_1237585421.rtf на 22.09.2009.