

Ю. А. Запесоцкий¹

КУЛЬТУРА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ГОРОДА В МИРОВОМ СООБЩЕСТВЕ

В наши дни крупнейшие города мира стремятся извлечь пользу из собственного имиджа, привлекая туристов, учащихся, инвестиции, осваивая бюджеты своих стран и международных организаций. Во всем мире в последние десятилетия расширяется профессиональная сфера «маркетинг мест», которая формирует прочную теоретическую базу для создателей брендов городов и других территорий. Эти бренды становятся ценнейшим товаром в мире, где все больше доминируют унификация и стандартизация. У города, который хочет быть конкурентоспособным по современным стандартам, должен быть свой ярко выраженный бренд.

Различные попытки позиционирования Петербурга имели место как в минувшие времена, так и в современный, постсоветский период. В XVIII–XIX веках Петербург — имперская столица с четко выраженными европейскими корнями, столица европейской державы, распространяющей свое влияние на Кавказ, за Урал, в Среднюю Азию и в Америку в некоторых отношениях так же, как это делали Англия, Франция, Испания. В советский период Ленинград — родина трех революций, колыбель революционного пролетариата, город белых ночей и Северная Венеция. В постсоветское время в ряде СМИ по политическому заказу насаждался образ Петербурга как «криминальной столицы». В 1990-е годы родилась и иная концепция: «Петербург — культурная столица России».

Сегодня основные черты Петербурга, нуждающиеся в утверждении в глазах российской и мировой обществности, до сих пор сформулированы недостаточно четко и конкретно. И это притом, что город имеет собственную историю, философию, уникальный архитектурно-ландшафтный облик, своеобразный менталитет жителей.

В соответствии с теорией формирования образов бренд может быть создан только в зоне пересечения сильных сторон города и потребностей целевых групп. Из всех возможных граней позиционирования должна быть выбрана одна, которая будет считаться основной и без изменений доводиться до всех целевых групп.

Город не может обрести свою идентичность и устойчивый бренд, если в сознании его жителей он имеет одни черты, а вне Петербурга транслирует совершенно другие. Здесь важно отметить, что жители Петербурга по большей части испытывают к городу необычайную любовь, гордятся своей к нему принадлежностью. В этом содержится одна из предпосылок обретения

Петербургом нового привлекательного и устойчивого бренда.

В отличие от имиджа, который может создаваться искусственно и иметь мало общего с реальностью, настоящий бренд всегда несет в себе сущностные черты продвигаемого объекта. Таким образом, позиционирование Петербурга требует осуществления самопознания и философского осмысления города, вычленения особенностей и приоритетов его жителей.

При разработке нового позиционирования города большое значение приобретает также его история. Интересный материал для анализа в этой связи представляют взгляды Д. С. Лихачева на петровские реформы и место Петербурга в русской и мировой культуре. Он понимал историю в первую очередь как историю культуры². Ученый видел культуру России частью европейской культуры, историю России — частью европейской истории. Он считал, что реформы Петра по сути не переводили Россию из «азиатчины» в Европу, а только ускорили ее культурное развитие³.

При этом надо отметить, что культура понимается Д. С. Лихачевым в широком смысле, то есть в нее входят не только литература, искусство, быт, но также наука, образование, государственно-административное устройство, организация вооруженных сил, техника и технологии и прочее — словом, все, что создано руками и разумом человека⁴.

Историко-культурный смысл создания Петром I новой столицы — поворот страны из Средневековья на путь европейского Просвещения. Как глава государства Петр был заинтересован в укреплении мощи державы, выводе России на международную арену в качестве влиятельной силы. Но реализация этого стремления встречала такое труднопреодолимое препятствие, как общая культурная отсталость страны. Самыми серьезными проблемами и отличиями России от других ведущих мировых держав было практически полное отсутствие науки и университетского образования внутри страны. Правда, в XVII веке дело образования заметно активизировалось (в регентство Софьи, например, открылась Славяно-греко-латинская академия), но до настоящего перелома было очень далеко. Трудно не согласиться с современной американской исследовательницей Л. Хьюз, которая в своей книге о царевне отмечает: «Несмотря на... многообещающие успехи, нужно признать, что казенное образование и издательское дело в России по западным меркам было более чем скромным»⁵.

¹ Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью СПбГУП, кандидат культурологии. Автор учебного пособия «Основы брендинга», монографии «Бренд как социально-культурный феномен», а также более 50 научных публикаций по культурологии, рекламе, связям с общественностью, интернет-технологиям, в т. ч.: «Имидж и бренд: инструменты творения "нового человека"», «Бренд как фактор эволюции современной массовой культуры», «Мировоззрение создателя проекта как концептуальный фундамент будущего бренда», «Технология брендинга как инструмент продвижения общественной организации» и др. Руководитель брендингового агентства Pro.Name.

² Запесоцкий А. С. Дмитрий Лихачев — многогранность научного наследия // Новая и новейшая история. 2007. № 3. С. 37.

³ Лихачев Д. С. Петровские реформы и развитие русской культуры // Лихачев Д. С. Избранные труды по русской и мировой культуре. СПб.: СПбГУП, 2006. С. 168.

⁴ См., например: Лихачев Д. С. Культура как целостная среда // Лихачев Д. С. Избранные труды по русской и мировой культуре. СПб.: СПбГУП, 2006. С. 348–363; Он же. Декларация прав культуры // Там же. С. 390–397.

⁵ Хьюз Л. Царевна Софья. СПб.: Гранд, 2001. С. 33.

Петру I предстояло перевести Россию от религиозной культуры Средневековья к светской культуре Нового времени. В силу сложной международной обстановки и внутренней ситуации в стране сделать это надо было решительно и в очень короткие сроки. По яркой оценке философа К. Д. Кавелина, «Петр действовал как воспитатель, врач, хирург, которых не обвиняют за крутые и насильственные меры... Нужды были слишком настоятельны, чтобы можно было вести реформу медленно, спокойно, рассчитывая на много лет вперед»¹.

Царь-реформатор сумел определить нужный для страны курс. Вектором перемен стало движение на Запад, в сторону «похожести» на Европу. Ориентация на Запад была не проявлением инстинкта подражания, а целенаправленной программой овладения факторами, необходимыми для развития России, для решения ее собственных задач.

Отец Петра I, царь Алексей Михайлович, по определению канадского историка Ф. Лонгуорта, разрывался «между византийской исключительностью и страстным желанием быть на равных с европейскими манерами; между московским обскурантизмом и рациональным миром науки и техники»². Петр I сделал решительный выбор. В отличие от своих предшественников он возвел свои культурные начинания в ранг государственной политики.

Исследуя рождение и развитие Петербурга, М. С. Каган формулирует мысль, близкую к той, что высказывали Ю. М. Лотман и Б. А. Успенский, а еще раньше — В. С. Соловьев. В истории русской культуры было два решающих поворота, две «культурные революции», или два культурных «взрыва» (по терминологии Ю. М. Лотмана), или две «революции сверху» (по терминологии Н. Я. Эйдельмана): принятие христианства на Руси и основание Петербурга. В обоих случаях обширное и могучее государство, лежащее на европейском континенте, между Востоком и Западом, волей его правителей разворачивалось лицом к Европе: первый раз — к господствовавшей там христианской религии, второй — к светской культуре Просвещения. Эти два переломных для судеб отечественной культуры события объективно стали главными вехами на пути ее развития — психологического, политического, нравственного и художественного³.

Именно с этими событиями связано понимание статуса «культурной столицы» России. В своих книгах и многих статьях, посвященных Петербургу, М. С. Каган принципиально настаивал на том, что Россия исторически сложилась как бицентричная по своей культуре страна, в которой на протяжении трех столетий при смене юридических столиц существовали две культурные столицы, два центра духовного притяжения, отношения между которыми развивались по принципу «от конфронтации к диалогу». Этот бицентризм пронизывает все сферы культуры, обеспечивая ее богатство и многообразие форм. Будущее отечественной культу-

¹ Петр Великий: pro et contra. Личность и деяния Петра I в оценке русских мыслителей и исследователей: антол. СПб.: РХГИ, 2001. С. 585.

² Longworth Ph. Alexis: Tsar of All the Russians. N. Y.: Franklin Watts, 1984. P. 117.

³ Каган М. С. Град Петров в истории русской культуры. СПб.: Паритет, 2006. С. 31.

ры должно быть обеспечено диалогом двух ее культурных столиц, что предполагает сохранение своеобразия Петербурга и Москвы и их обоюдное движение к единству национального миропонимания⁴. Это положение, сформулированное выдающимся философом и культурологом, имеет большое значение для позиционирования Петербурга как культурной столицы.

История культуры Петербурга дает еще один замечательный сюжет, который может быть использован при формировании бренда города. Это то, как царь-реформатор, осознанно и целенаправленно используя целый арсенал приемов, осуществил по сути ребрендинг целого государства. В первую очередь Петр формировал образ Петербурга. Это делалось через образ жизни: свой собственный и широких слоев населения.

На первый взгляд, реформы Петра I были одинаково тотальными во всем, преобразовывали весь контекст жизнедеятельности: государственное устройство и управление, элиту страны, армию, законы, сферу производства, быт и т. д. Но Д. С. Лихачев во всем вихре перемен, порожденных кипучей деятельностью Петра I, выделяет и вводит в фокус своего внимания, казалось бы, третьестепенные, поверхностные черты событий.

Миф, образ, знак — вот круг явлений, которые, по мнению ученого, играют решающую роль в успехах петровских реформ. Гений Петра I, по Д. С. Лихачеву, проявляется чуть ли не в первую очередь в радикальном и стремительном изменении общественного мнения: «Одна из особенностей всех действий Петра состояла в том, что он сумел продемонстрировать демонстративный характер... всему тому, что он делал. То, что ему бесспорно принадлежит, — это смена всей “знаковой системы” Древней Руси. Он передел армию, он передел народ, сменил столицу, демонстративно перенес ее на Запад, сменил церковнославянский шрифт на гражданский»⁵.

Надеть европейское платье и новые мундиры, «скоблить» бороды, «реформировать всю государственную и военную терминологию на европейский лад, признать европейское искусство»⁶ требовалось вовсе не для удовлетворения капризов монарха, так же, как и «изобретение нового русского знамени (перевернутого голландского флага)», вынос столицы за пределы исконно русских земель, изменение обычаев высших классов, характера увеселений, различных «символов и эмблем»⁷. Д. С. Лихачев утверждает, что «эта смена “знаковой системы” ускорила происходящие перемены в культуре. Она придала процессам, происходящим до того в полуосознанной форме, сознательное направление»⁸. Разрыв со знаковой системой предшествующего периода культурной жизни

⁴ Каган М. С. История культуры Петербурга: учеб. пособие. СПб.: СПбГУП, 2010. С. 316.

⁵ Лихачев Д. С. Петровские реформы и развитие русской культуры. С. 165.

⁶ Там же. С. 168.

⁷ Лихачев Д. С. Русская культура Нового времени и Древняя Русь // Лихачев Д. С. Избранные труды по русской и мировой культуре. СПб.: СПбГУП, 2006. С. 182.

⁸ Лихачев Д. С. Петровские реформы и развитие русской культуры. С. 168.

России был не только закономерным, но и осознанным, более того — подчеркнутым: «Петр I не был первым, кто поднял спор новой России со старой Русью. Но Петр всячески пытался этот спор сделать демонстративным. Он стремился... к тому, чтобы... утвердить в сознании современников глубину совершающегося переворота... Все перемены облекались в демонстративные формы»¹.

Между тем, смена знаковой системы представляла собой далеко не простую задачу. Как известно, в конце XVII века в России не было современных средств массовой информации. В этой связи особая роль возлагалась на административный ресурс и так называемую народную молву.

Механизм народной молвы запускался в действие прежде всего конструированием нетрадиционного образа государя и уклада жизни его приближенных. «Петр постоянно чувствовал себя в поле зрения не только своего народа, но и всей Европы. И он умел... придать демонстративный характер... своей собственной фигуре»², — пишет Д. С. Лихачев. И продолжает: «он демонстративно нарушил прежние представления о “благочестивом” царе и степенном укладе царского двора, не только внеся во дворец рабочие инструменты и станки, но и заведя “всешутейный и всепьянейший собор”, общаясь со шкиперами и плотниками, работая на верфях и выполняя обязанности бомбардира. Он разрушил церемониальность и степенность»³. Государь не случайно «воспринимался как творец современной России, которая казалась полной противоположностью древней»⁴. Вместо малоподвижного, церемониально недоступного государя всея Руси с его пышными титулованиями и пышным образом жизни Петр I творил образ царя-труженика, царя-плотника, царя — простого бомбардира, царя-учителя и ученика, просветителя и исследователя»⁵. Очевидно, что обратившись лично к науке и ремеслам, царь необычайно поднял их статус в глазах населения, сделал эти занятия престижными в обществе.

Петр I осознанно использовал приемы, которые сегодня мы однозначно отнесли бы к арсеналу PR. Об этом говорят его участие в составлении собственной биографии и описания, которые нашли отражение в литературе и заняли свое место в учебниках. Кроме того, отнюдь неспроста в петровские времена основным жанром в живописи стал портрет. Это объясняется реализацией PR-задач по усилению воздействия образов царя и его приближенных. Кстати, миниатюрные портреты служили и наградными знаками. Петр I также приказал сотворить его собственную фигуру в полный рост.

Впитывая западную культуру и технологии, внедряя их у себя на родине, Петр не только расширял сознание своих соотечественников, но и внедрял новый образ своей страны и ее правителя на Западе. Царь от-

четливо понимал, что нельзя организовывать широкий въезд иностранцев в Москву, где упорно отвергалось европейское влияние. Реализовать свои планы Петр I смог в новой столице, которую он вынес за пределы исконно русских земель. Она демонстративно получила голландское название — Санкт-Петербурх. Петербург стал «примерным» городом, по которому иностранцы судили обо всей России, хотя страна еще долго привыкала к новой столице. Уже в 1720 году ганноверский резидент писал о Петербурге, что, «учитывая немногие годы, употребленные на его строительство, он кажется чудом света»⁶. Петербург со времен Петра стал не только «окном в Европу», но и дверью из Европы в Россию.

В повседневную жизнь высших сословий упорно внедрялись все новые корпоративные стандарты, которые в результате такого целенаправленного воплощения оказывали свое влияние на все общество в целом, — смена знаковой системы наилучшим образом происходила через элементы образа жизни, досуга элиты. Петровскую технологию «культурной революции» можно представить как следующую последовательность культурного воздействия: «чуждательства» царя — образ жизни его придворных — народная молва — образ жизни более широких слоев населения.

В первой четверти XVIII века в Петербурге по приказу царя стали издавать первые средства массовой информации — газету и журнал. Были напечатаны и сотни книг. Культурные символы, внедренные Петром I в общественное сознание, стали играть роль своего рода указателей, дорожных знаков на пути к повышению социального статуса, карьере, богатству, общественному призванию. Хочешь процветать — поспевай, прояви отвагу, смекалку, получи образование, примени его на службе стране. Не можешь сам — отдай служению делу Петра I своих детей. Неудивительно, что страна пришла в движение. Общеизвестно, что во времена правления Петра I Россия сделала быстрый рывок в своем развитии. Страна встала на путь Просвещения. Коренным образом изменились место России и ее роль в международных отношениях того времени. Д. С. Лихачев приводит сведения из работ историка М. М. Щербатова, который вычислил, что для петровских реформ без Петра I понадобилось бы семь поколений и что тогда соответствующие преобразования России закончились бы только в 1892 году⁷.

В результате деяний Петра и его последователей Петербург стал, бесспорно, самым европейским городом России не только по географическому расположению, но и по культурно-историческому облику. При разработке нового позиционирования чрезвычайно важно, чтобы будущий образ не противоречил, а продолжал и доказывал то, что представлял город ранее.

С переводом столицы в Москву город перестал быть административным и финансовым центром страны, но продолжил выполнять культурную, образовательную и научную функции. И, несмотря на текущее ослабление позиций Петербурга в сфере культуры,

¹ Лихачев Д. С. Русская культура Нового времени и Древняя Русь. С. 182.

² Лихачев Д. С. Петровские реформы и развитие русской культуры. С. 165.

³ Там же.

⁴ Лихачев Д. С. Русская культура Нового времени и Древняя Русь. С. 172.

⁵ Там же. С. 182–183.

⁶ Каган М. С. История культуры Петербурга. С. 51.

⁷ Лихачев Д. С. Петровские реформы и развитие русской культуры. С. 168.

представляется логичным выделить концепцию «культурной столицы» как одну из основных для стратегического продвижения.

Но стоит ли в условиях рыночных отношений рассматривать Петербург только с точки зрения возможностей функционирования культурного центра? Может быть, перспективнее было бы сделать упор на развитие промышленности или подумать о переориентации Петербурга в крупнейший центр бизнес-активности, раз город так выгодно расположен по отношению к западным странам? Об этом неоднократно заявляло руководство города и предпринимало соответствующие действия. Теоретически такие направления в качестве стратегических были возможны, но упущены в начале 1990-х годов. Сказалась хозяйственная неопытность тогдашней петербургской администрации, да и ситуация в целом для развития этих направлений в городе на Неве была неблагоприятной. В итоге к настоящему времени оказалось, что если Петербург начнет претендовать на функции общероссийского делового центра, то позиционироваться ему придется как «Москва № 2», так как обогнать лидера деловой активности в ближайшей перспективе не удастся.

Вот почему значительно более предпочтительными для позиционирования Петербурга в общероссийском и мировом контексте все же представляются такие черты, как особая, укорененная в его истории с самого момента создания концентрация науки, образования, культуры. Следует заметить, что первым наиболее активно, четко и целенаправленно в постсоветский период эту идею сформулировал Анатолий Собчак.

В конце 1990-х годов констатация особого культурного, научного и образовательного потенциала мегаполиса, весьма удачно и ярко, с точки зрения ребрендинга Петербурга, воплощенная в формулу «культурной столицы России», оказалась в центре общественного внимания.

Руководство государства не только осознало этот брендинговый ресурс Петербурга, но и использовало его в целях формирования нового образа страны. Возрождение Константиновского дворца и создание в нем резиденции Президента РФ с возможностями приема других глав государств, празднование 300-летия Петербурга, проведение саммита «восьмерки», ряд двусторонних встреч на высшем уровне — это цепь событий, совершенно очевидно имеющих имиджевый аспект. Они подчеркивают образ Санкт-Петербурга как одной из уникальных мировых культурных столиц и выглядят как хорошо обоснованная и последовательно реализуемая государственная политика. Уже из программ визитов глав государств в наш город очевидно, что президент России демонстрирует им воплощенные в Петербурге величайшие достижения мировой культуры. И это разрушает в сознании влиятельнейших людей планеты, мировой элиты создаваемый и культивируемый многими западными СМИ образ России как дикой, нецивилизованной, непредсказуемой страны, с которой нельзя вести дела. В этом смысле Владимир Путин, безусловно, продолжил петровскую традицию, предложив стране и миру ее современную интерпретацию.

Тем не менее, редких, хоть и ярких событий недостаточно для ребрендинга города. Петербургу требует-

ся не только четкое позиционирование, но и отлаженная стратегия донесения собственного образа до целевых аудиторий. И здесь выявляется ряд новых серьезных проблем.

Не имея четкой концепции позиционирования, Петербург за последние десятилетия претерпел значительные стихийные трансформации. В худшую сторону изменилась «корпоративная культура» мегаполиса. Так, в советские времена город обладал особой бытовой культурой, которая проявлялась во внешнем виде, поведении и языке ленинградцев. В сознании современных петербуржцев исконные городские ценности занимают все меньше места, уступая лидерство низкопробной массовой культуре, пропагандируемой по федеральным телевизионным каналам. Пропадает привлекательная индивидуальность петербуржцев (а значит, и города), которая могла бы служить частью хорошей основы позиционирования.

В историческом центре Петербурга реализуются проекты строительства многоэтажных зданий, которые разрушают его визуальный облик, вступают в культурное противоречие со старинными петербургскими архитектурными доминантами, такими как Адмиралтейство, Петропавловский и Исаакиевский соборы. А ведь визуальные символы — важнейшие элементы бренда города. Люди во всем мире узнают Лондон по Биг-Бену, Париж по Эйфелевой башне, Рим по Колизею. В отличие от перечисленных, Дубай узнается по многоэтажным современным зданиям. И это понятно, ведь их построили на месте пустыни, где ничего ранее не было.

Решение этих проблем требует весьма значительных ресурсов и квалифицированного руководства. Формирование бренда всегда дорого обходится городу, но еще дороже оказывается его отсутствие. Практика показывает, что в подобных случаях продуманные вложения окупаются за период от 5 до 20 лет.

Достойное позиционирование города не решается только наращиванием экономической мощи с последующим выделением в бюджете строки «на пропаганду». Во-первых, соответствующие властные институты должны четко сформулировать для себя черты образа Петербурга, культивируемого внутри страны и продвигаемого в мировое сообщество. Во-вторых, этот образ должен овладеть умами элиты, а затем и рядовых горожан. В-третьих, должен быть задействован современный инструментальный формирования общественного мнения, адекватный существующей проблеме.

Выбранная концепция позиционирования должна не только вызывать поддержку внутренних аудиторий, но и соответствовать государственному видению. Превращение государством миссии Петербурга в элемент политики России приведет к успеху не только самого города, но и страны в целом.

Важно подчеркнуть, что противопоставление Петербурга Москве, своего рода конкуренция образов этих двух мегаполисов в общественном мнении страны не вредят построению целостного образа России. Напротив, разные образы двух культурных столиц взаимно дополняют друг друга, создавая общее впечатление культурного разнообразия и богатства.