

УДК 32.019.5; 316.77(4/9); 316.77:002.

ИМИДЖ КОНСТРУИРУЕМЫЙ И РЕАЛЬНЫЙ: ПЕРМЬ "ЧИРКУНОВСКОГО ПЕРИОДА"

Пустовалов Алексей Васильевич

к. филол. н., доцент кафедры журналистики

Пермский государственный университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. theyareeverywhere@gmail.com

№625_50662

В данной публикации анализируется имидж Перми периода правления губернатора Олега Чиркунова (2004-2012). Анализируются элементы этого имиджа, задаётся противопоставление между составляющими конструируемого властями имиджа (*культурная столица, современное искусство, красные человечки, красная П*, и пр.) и составляющими, которые стали стихийно ассоциироваться с городом (*бешеный автобус, бешеный трамвай, упавший самолёт, Хромая лошадь* и пр.). Анализируются также иные искусственные, не связанные с заказом властей составляющие (ФК «Амкар», репер Сява, сериал «Реальные пацаны»), которые на самом деле повлияли на имидж города.

Олег Анатольевич Чиркунов более семи лет был губернатором Пермского края (24 марта 2004 г. – и.о. губернатора Пермской области, а с 1 декабря 2005 г. до 28 апреля 2012 г. – губернатор Пермского края). Пришедший на эту должность после Ю. Трутнева (ныне – Помощник президента РФ), О. Чиркунова можно назвать первым пермским «PR-губернатором»: именно его правление характеризуется интересом прежде всего к вопросам имиджа, информационного сопровождения своей политики.

Несомненно, важность работы с информационными потоками О. Чиркунов осознал ещё в 1996, а потом – в 2000 г., когда возглавлял предвыборный штаб

Ю. Трутнева и Трутнев победил вначале как мэр Перми, а затем как губернатор Пермской области; неслучайно также приглашение им в Пермь политтехнолога и галериста Марата Гельмана, который без сомнения стал самой громкой фигурой пермской культурной жизни последних пяти лет. Характерно, что крупнейшим манифестом его правления является программа "**Семь важных дел**" (2008), созданная как PR-проект и им по сути и являвшаяся [Полина Д. 2012]. Отдельного упоминания и исследования заслуживает его блог, имевший высокий рейтинг и немалое влияние (*chirkunov.livejournal.com*), и неоднократно упоминавшийся как известнейший среди блогов российских чиновников (см. напр., Чумиков 2010: 32). Безусловно, такая стратегия имела успех: Чиркунов входил в десятку лучших губернаторов России, к нему обращаются как к наглядному примеру прозрачности и подотчётности власти, открытости электорату, и т.д.

В то же время его серьёзно критикуют, прежде всего в самой Перми (так, очень много критических комментариев оставили пермяки в его блоге). Особенно много нареканий – и граждан, и журналистов – как раз заслуживает его предпочтение манипулятивно-имиджевых шагов экономическим действиям (вплоть до обещания перевести промышленно-добывающий регион с "индустриальных" источников дохода на *культурные*, т.е. сделать Пермь сверхпосещаемым местом, привлекая туристов со всего мира музеями, фестивалями, выставками, и пр.). При этом, как подчёркивали критики, в списке его политических приоритетов отсутствует реальный сектор, в связи с чем в регионе наступает экономический спад; потеря регионом статуса донора федерального бюджета также ставится в вину Чиркунову (Новый регион 2 2009).

Одно из главных противоречий Перми «чиркуновского периода» – противоречие между конструируемым властью имиджем города и тем реальным имиджем, который возникал, принимая в себя также элементы, противоречащие официальному заказу.

Проанализируем прежде всего элементы **конструируемого имиджа**.

Концепт «Пермь – культурная столица» (по возрастающей: Поволжья, России, Европы). Этот лозунг впервые официально был провозглашён в сентябре 2009 г. на Пятом пермском экономическом форуме, хотя начало культурной революции в Перми можно датировать 1 августа 2008 г., когда на пост министра культуры края был назначен москвич Борис Мильграм – см. (Хроника культурной революции в Перми, 2010). С соответствующим названием появились сообщество в *Вконтакте* (<http://vk.com/perm.culture>) и блог в *Livejournal* (<http://perm-stolitsa.livejournal.com/>). Чуть позже московский галерист Марат Гельман становится создателем и директором музея современного искусства *PERMM*. Из краевого бюджета музею стали отчисляться внушительные суммы, что мотивируется задачами музея – ни больше ни меньше как повышение качества жизни горожан, развитие городской среды, формирование имиджа города, экономическое развитие края. Именно с этого появления «московских варягов» в Перми и начинается пресловутая «культурная революция» и попытки власти внести в имидж места новые элементы, которые вызывали больше нареканий, чем восторгов, и больше отторгались, чем усваивались.

Приведём несколько знаковых событий и явлений, состоявшихся в рамках данного концепта и вызвавших весьма противоречивые отклики – как самих пермяков, так и сторонних наблюдателей: выставки **«Русское бедное»** (2008), **«Евангельский проект»** (2009), **«Родина»** (2011); создание арт-объектов красной **П** как некоего логотипа Перми (2009) и, на её основе – **«Пермских ворот»** - двенадцатиметровой бревенчатой **П** около железнодорожного вокзала (2011), надкушенного **«Яблока»** (2010) у краевой библиотеки, **"красных человечков"** у здания краевой администрации (2010).

К «околокультурным» новым элементам, инициированным администрацией Чиркунова в качестве имиджевых, также отнесём следующее.

Создание бренда "**Пермская картошка**" (2008). Идея, которая показалась настолько удачной, что её было решено включить в PR-программу губернатора «Семь важных дел». Такого сорта картофеля отечественные селекционеры не знали и не узнают, но на создание бренда с таким названием из бюджета были выданы деньги – на создание концепта, упаковки и логотипа. Был создан одноименный блог, опубликовавший всего два поста и скончавшийся под градусом критических комментариев (<http://perm-kartoshka.livejournal.com>). Логотип оказался неудачным [Андрейчикова 2008], идея – маловразумительной, а картошка – слишком дорогой, чтобы понравиться массовому покупателю.

Сюда же отнесём принятие разработанного голландскими архитекторами **мастер-плана Перми** (нач. 2010 гг.) – претенциозного и сверхзатратного, но малоосуществимого и плохо вписывающегося в существующий ландшафт. Проект вызвал большую критику – в прессе, в блогосфере. Известность получило также опубликованное тринадцатью местными архитекторами открытое письмо, в котором они обвиняли Чиркунова в предвзятости и растрате бюджетных средств, а голландских коллег-архитекторов – в бездарности и зашоренности.

Анализируя фактически полученный имидж Перми как места, стоит обратиться к незапланированным, несозданным событиям этого периода, которые оказались в резком противоречии с «официально» конструируемым имиджем и собрали гораздо больший – краевой и общероссийский – информационный «урожай», чем явления в рамках концепта «культурной столицы». Пермь, как гласит одноимённая статья в известной викиэнциклопедии «Lurkmore», «старательно завоёвывала славу столицы катастроф, падающих самолётов, неуправляемых автобусов и пожаров и перестрелок в ночных клубах».

Эти явления получили даже свои наименования в неформальном дискурсе.

Упавший самолёт. 14 сентября 2008 г. прямо на железнодорожные пути, недалеко от жилых домов упал «Боинг–737». На борту самолета находились 82 пассажира, ни один из которых не выжил.

Бешенный автобус. 19 октября 2009 г. автобус «Мерседес», потеряв управление, от здания краевого УВД, более известного как «Башня смерти» пронёсся до конца Комсомольского проспекта, протаранив по дороге 20 машин.

"Хромая лошадь". 5 декабря 2009 г. из-за неисправной проводки загорелся потолок в одноимённом пермском клубе. Продуктами горения отравились 234 человека, 156 из них – фатально.

Бешенный трамвай. 2 июня 2012 г. в результате отказа тормозов трамвай протаранил несколько машин и сошёл с рельс. Как и в случае с *бешенным автобусом*, обошлось без человеческих жертв.

Провалы в Березниках (2007–2012). Во втором по величине городе края – Березниках на данный момент зарегистрировано уже несколько крупных провалов (от 100 до 500 м. в диаметре), возникающих из-за того, что промышленные разработки велись прямо под городом. Провалы пришлось засыпать, а аварийные дома и улицы – расселять.

Эти явления, по иронии судьбы, в отличие от искусственно сконструированных властями, оказались более заметными извне, словно бы стихийно противостояли имиджу «культурной столицы» славу Перми как **катастрофной столицы России** – определение, также сложившееся в неформальном дискурсе.

Характерно, что насильственное насаждение концепта «культурной столицы» порождало в неформальном дискурсе определения, понятные только как результат противостояния официальному дискурсу – Пермь как «самая большая деревня в солнечной системе», как «столица гопоты» и пр. (Пермь Lurkmore 2010).

Примечательно, что город принимает и искусственно созданные символы, если они соответствуют духу обитателей, и они даже имеют тенденцию

приобретать всероссийскую известность. Примечательно, что самые известные пермские символы данного периода рождены вне официального дискурса:

"Амкара" (2004) (*аммиак + карбамид*) – футбольная команда, созданная заводом "Минеральные удобрения". Начав с третьей, «Амкара» теперь играет в Премьер-лиге и достаточно известен в стране.

Сява (2008) – персонаж, созданный как пародия на гопника и на гоп-репера, неожиданно и быстро стал всероссийской знаменитостью. Видео самой известной его композиции «Бодрячком, пацанчики» стало хитом, поимев около 5 млн. просмотров только на *YouTube*.

Сериял "Реальные пацаны" (2010) – о жизни пермского гопника Коляна и его друзей. Поиск в *Yandex* даёт 15 миллионов упоминаний о сериале. Многие россияне впервые познакомились с пермскими реалиями именно благодаря «Реальным пацанам».

Думается, что эти рождённые вне официального дискурса символы лучше сумели ухватить дух места, какие-то важные черты местного (а ещё шире - российского) характера. Они находят отклик не только у пермяков, но и у россиян в целом: к примеру, любой из них имеет отклик и резонанс в Рунете как минимум, сравнимый, а чаще – больший, чем явления в рамках официальной «культурной революции».

Итак, анализируя имидж Пермского края в период правления губернатора О. А. Чиркунова, можно сделать вывод, что новые символы, которые вводятся в имидж города, должны "вырастать от корня", коррелировать с имеющейся местной культурой, иначе это грозит их неприятием и отторжением.

Библиографический список

perm_kartoshka // Livejournal. URL: <http://perm-kartoshka.livejournal.com>
(дата обращения 18.10.2012).

«7 важных дел» пермского губернатора, Или как картошка убила промышленность // Новый регион 2. 20.08.2009. URL: <http://www.nr2.ru/perm/245672.html> (дата обращения 18.10.2012)

Аверкиев И. Пермский культурный пузырь // Новый компаньон. №37(751) 29.09.2009. URL: http://www.nk.perm.ru/articles.php?newspaper_id=820&article_id=21294 (дата обращения 18.10.2012).

Андрейчикова К. «Пермскую картошку» загнобили на корню // Новый компаньон. 26.08.2008. URL: http://www.nk.perm.ru/articles.php?newspaper_id=765&article_id=20197

Пермь // Википедия, свободная энциклопедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Пермь> (дата обращения 18.10.2012).

Пермь – культурная столица Европы // Livejournal. URL: <http://perm-stolitsa.livejournal.com/> (дата обращения 18.10.2012).

Пермь – Культурная столица Европы // Livejournal. URL: <http://vk.com/perm.culture> (дата обращения 18.10.2012).

Олег Чиркунов // Livejournal. URL: <http://chirkunov.livejournal.com/> (дата обращения 18.10.2012).

Пермь // Лукоморье. URL: <http://lurkmore.to/Пермь> (дата обращения 18.10.2012).

Полина Д. Губернатор снова в деле. Олегу Чиркунову хотят поднять рейтинг // Коммерсант Прикамье. Пермь. №76 (4858), 27.04.2012. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1924981> (дата обращения 18.10.2012).

Чиркунов, Олег Анатольевич // Википедия, свободная энциклопедия. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Чиркунов,_Олег_Анатольевич (дата обращения 18.10.2012).

Хроника «культурной революции» в Перми // GAZETA.RU. 22.09.2010. URL: http://www.gazeta.ru/subjects/forum_v_permi.shtml?incut_right1 (дата обращения 18.10.2012).

Чумиков А. Н., Бочаров М. П., Тишкова М. В. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0. М.: Альпина Паблицерз, 2010.

Image Constructed and Real: Perm of ‘Chirkunov Period’

Pustovalov Alexey Vasilyevich

Perm State University, Russia, 614990, Perm, Bukirev St., 15,

theyareeverywhere@gmail.com

The article is devoted to analysis of Perm image during direction of governor Chirkunov (2004-2012). It analyses elements of this image, setting contradiction between constituents of images which artificially constructed by authorities (*cultural capital, contemporary art, red people, red P, etc.*) and constituents, which spontaneously began associate with city (*crazy bus, crazy tram, fallen plain, Lame Horse, etc.*). It also analyses other artificial elements, not connected with authorities' order (“Amkar” football club, rapper Syava, “Real Lads” ser.), but which in fact did defined the city image.

РЕКОМЕНДАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

Статья посвящена важному вопросу – конструированию имиджа города (а по большому счёту – имиджа региона); совершенно логично в качестве примера взята Пермь, город, в котором живёт автор. Стержневой вопрос статьи – контрадикция между тем имиджем, который искусственно конструируется специалистами, и тем, который в действительности получается.

Исследуемый материал даёт повод задуматься: можно ли изменить имидж города в заданном русле, в каких направлениях он может меняться, а в каких – нет, насколько при смене имиджа нужно учитывать имеющиеся социально-культурные предпосылки, и пр.

Статья важна в качестве case study для учебных курсов направления «Реклама и связи с общественностью»: «Политические коммуникации в интернете», «Социальные коммуникации в интернете», «Интегрированные коммуникации», «Имиджелогия в бизнесе и политике», и пр.

К. филол. наук,
доц. каф. журналистики

Н. Ф. Пономарёв