

под Выборгом туристам непременно показывают грот Медузы на скалистом острове Людвигштайн. Здесь, по уверениям местных, по ночам является привидение шведского короля Эрика Четырнадцатого, астролога, сумасброда и злодея. В соответствии с привычками привидений, загробный гость гремит цепями и дико завывает. Все это гиды рассказывают в деталях и в лицах, так что становится жутко даже в яркий солнечный день. Ничего, что вся история с королем-призраком полностью выдумана в XIX веке владельцем усадьбы старым бароном Николаи. Дитя и отчасти отец романтического века, волею судьбы запертый в глухом углу империи, он фрустрировал нереализованные амбиции в поэму-головоломку модного некрофильского толка. Поэма давно забыта, а привидение стало реальностью и исправно кормит экскурсоводов.

В Казани на пешеходной улице Баумана стоит памятник коту, рядом с которым просто невозможно не сфотографироваться. «Кот казанский: ум астраханский, разум сибирский...» — гласит надпись на постаменте. Местная мифология связывает этого кота с теми, которых при Екатерине Второй отравили из Казани для ловли мышей в Эрмитаж. На самом же деле образ Кота Казанского намного древнее, как минимум с XVII века, и собственно к Казани не имеет отношения. Что не мешает предпринимателям столицы Татарстана тиражировать и продавать удачный образ в виде магнитов, футболок, игрушек и пряников.

Иногда бывает наоборот: идея лежит на поверхности, а реализовать ее некому. Пятьсот лет из той же Казани возили чак-чак, это сложное и вкусное блюдо давно стало кулинарным символом татарской культуры. Но вот музей чак-чака в Казани открылся только в прошлом году. Супруги Дмитрий Полосин и Равшана Сулейманова решили сделать музей интерактивным: посетители чувствуют себя гостями зажиточной татарской семьи XIX века.

«Появилась эта идея на основе нашего большого опыта путешествий. Мы часто думали, почему в Казани нет таких интересных музеев, ведь у нас такой богатый культурный потенциал. А национальные блюда сохраняют в себе гораздо больше информации об историческом и культурном наследии народа, чем, например, одежда или даже язык! К сожалению или к счастью, сразу большой поддержки мы у властей и меценатов не нашли, поэтому буквально все делали сами, — говорит Равшана. — На реализацию у нас ушло почти полтора года, из них больше года — поиск дома под музей. У нас не было опыта ни в музейном, ни в туристическом деле, поэтому все делали исключительно по интуиции, думая, понравилось бы нам самим это или нет. Главное, что гостям у нас нравится, они часто не хотят уходить от нас и возвращаются к нам снова и снова, потому что у нас есть разные программы».

А вот на юго-западе Архангельской области, в Устьянском районе, создали гостевой дом «Усадьба Ломоноса». Хотя к Ломоносову деревня Орлово не имеет никакого отношения — Ломоносом звали последнего из местных кузнецов Петра Заостровцева, который здрав-

ствовал еще совсем недавно, нейминг оказался удачным. Туристы приезжают в «кузницу Ломоноса», задерживаются на фольклорную программу, а потом переходят на гастрономическую часть с дегустацией блюд местной кухни: рыжиков, пирогов с брусникой, картошкой, рыбой из русской печи-битухи.

«Особым спросом у туристов пользуются кулинарные мастер-классы по рецептам северных пряников-козуль и лепке традиционных устьянских пирогов, — говорит Оксана Кулибова, заведующая сектором праздников Устьянского центра культуры. — Это очень древний символ, изначально пряник имел форму козлика, но сейчас можно увидеть его в виде птицы, оленя, елочки, солнца. Тесто состоит из ржаной муки, воды и соли, далее в него добавляют имбирь и корицу. Самое интересное — роспись готового сладкого изделия глазурью. Можно следовать канонам или проявить фантазию».

Случается и такое, что местные предприниматели умудряются использовать негативные образы территорий, переосмыслив их. Жители Архангельска, как правило, обижаются, когда их город называют «доска, треска, тоска» (конечно, если говорят приезжие, а не сами архангелогородцы). Группа молодых ребят решила проэксплуатировать раскрученный слоган и создала бренд «Доска Треска».

«Все началось с того, что меня стали раздражать постоянные ворчливые разговоры в стиле „какой Архангельск убогий, нужно скорее валить“. Какого черта? Не сравнить с двумя столицами, но возможностей здесь хоть отбавляй — только берись и делай! Я сразу же решил заделать себе снэпбек, на котором вместо Нью-Йорка или какой-нибудь модной фразочки будет большими гордыми буквами написано „Архангельск“. Этакий протест. Рассказал о своей идее друзьям — мы сидели в баре. Максим Пушкин тут же предложил создать локальный бренд уникальной одежды, Антон Другов все это поддержал, и прямо здесь в баре мы набросали первые идеи для будущих коллекций. Максим Йорк затем прописал рекламный план и всю экономическую составляющую проекта, и на данный момент мы вчетвером работаем над ним, у каждого свои функции», — вспоминает Денис Качанов.

Создатели бренда решили раскручивать его через социальные сети, через них же — продавать. Что примечательно, около трети заказчиков свитшотов «Поморье» — люди, переехавшие в другие города и даже страны, то есть покинувшие эту самую доску-треску. Ностальгия оказалась мощным маркетинговым фактором, сами же основатели считают, что их проект скорее социальный.

«Что касается всего посыла — это не фанатичный патриотизм, это смесь простой любви и уважения своему городу, напоминание о нашей уютной самобытной культуре, — говорит Денис. — Пускай большинство продолжает ворчать на него — да пожалуйста! Мы лишь хотим сказать, что не город создает человека, а совсем наоборот. Про Архангельск говорят, что это город доски, трески и тоски — мы из этого уравнения тоску убрали. Кому она нужна, верно?» ■



СКУЛЬПТУРЫ ЛЕТНЕГО САДА ВИДЕЛИ МНОГОЕ НА СВОЕМ ВЕКУ

КАК СОХРАНЯЕМ НАСЛЕДИЕ?

«...сегодня, к сожалению, самое дорогое — не память, а земля и здание. Исторические особняки передаются частным лицам. Я еду иногда по Москве и поражаюсь: лучшие здания принадлежат банкам, корпорациям. Им это приносит прибыль — я понимаю. Но народ в целом это делает беднее. Прежде всего духовно».

Поэт
Андрей ДЕМЕНТЬЕВ
(www.aif.ru)

«Культурная политика должна охранять право творца, должна воспитывать людей, у которых есть права и обязанности. Культура — это не сфера услуг, это тонкая материя».

Директор Мультимедиа Арт-музея
Ольга СВИБЛОВА
(www.interfax.ru)

«У государства перед культурой нет никаких прав — только обязанности. Государство может только помогать обеспечивать культуру. Обеспечение культуры важнее, чем управление культурой».

Правозащитник
Алексей СИМОНОВ
(www.interfax.ru)

«Сегодня мы и в Москве, и в Петербурге, и во многих других местах сохраняем наследие очень избирательно — мы выделяем один объект, его сохраняем, а вокруг строим черт знает что. И во многих городах происходит не потеря отдельных зданий, а потеря пейзажей. А ведь исторический город хорош прежде всего не отдельными домами, а ансамблями — когда мы можем увидеть улицу, площадь, забраться на колокольню и посмотреть на историческую панораму».

Председатель ученого совета Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Дмитрия Лихачева, доктор географических наук
Юрий ВЕДЕНИН
(www.svoboda.org)

«Появились СМИ, и выяснилось, что искусство может быть доступно огромному количеству людей. Оказалось, что музыку можно записывать, тиражировать, слушать по радио — ее услышат миллионы. Это обесценило музыку: можно нажать на кнопку, перемотать, под нее можно выпивать... А раньше концерт был грандиозным событием».

Музыкант
Андрей МАКАРЕВИЧ
(www.mk.ru)

«Вот я иногда бываю членом экзаменационной комиссии в Суриковском институте и поражаюсь, как эти молодые люди умудрились за пять лет обучения ничего не узнать, не понять, не запомнить... Целые периоды истории искусства для них — белые пятна. Советское искусство им неинтересно, хотя оно дало миру выдающиеся достижения и личности, гениев, которые работали в сложнейших условиях. Как этого не знать? На нераспаханной земле ничего не вырастет — разве только сорняки. Так же и в творчестве. Чем глубже человек проникает в прошлое, тем яснее он видит будущее».

Скульптор
Георгий ФРАНГУЛЯН
(www.culture.ru)