Ю.В. Дианова

Пермский строительный колледж

«ВЕРХОКАМСКАЯ УСАДЬБА»:

ГЕОКУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ГОРОДА ВЕРЕЩАГИНО

В статье дается описание геокультурного потенциала города Верещагино Пермского края, который целесообразно использовать для реализации перспективных креативных сценариев развития городской среды. В 2023 г. город, который в научно-популярных изданиях именуют «западными воротами Урала», отметит 125-летний юбилей. В настоящее время в Верещагино накопились типичные для провинциального города проблемы (демографические, коммунальные, социокультурные). Визуальный образ городской среды лишен выразительного колорита. Автор считает, что у Верещагино есть уникальный шанс стать комфортным для проживания городом, местом притяжения людей, которые через активные подвижнические практики поддерживают и воспроизводят социально-историческую самобытность хозяйственного уклада страны. Данная инициатива основана на методологии геокультурного брендинга городов и территорий. В предлагаемом бренд-образе «Верхокамская усадьба» заключены зримые и незримые смыслы творчества и подвижничества, выступающие как ментальные основы в авторском проекте модельной стратегии геокультурного брендинга г. Верещагино.

Ключевые слова: геокультурный потенциал, Верещагино, имиджевые ресурсы, творческое действие, подвижничество, традиционные ценности, геобрендинг.

История города Верещагино началась в конце XIX в., когда обширные территории урало-сибирского макрорегиона связывались железнодорожными коммуникациями. В 1895-1898 гг. на месте будущего города развернулось строительство важного участка Пермь-Котласской железной дороги – станции, вокзала и паровозного депо. К середине 1898 г. основные работы по возведению станции и деревянного вокзала были завершены, новый объект получил название станция «Очёрская». Впоследствии, краеведы и музейеды предложили считать дату открытия станции – 1898 г. – событием, давшим

начало г. Верещагино [1; 2]. Благодаря вводу станции в эксплуатацию уже 25 ноября 1898 г. состоялось открытие временного движения поездов на участке Глазов – Кама. Регулярное движение товарных и пассажирских поездов было запущено в 1899 г. [3, с. 61] Соответственно в начале XX в. станция приобрела статус стратегически важного объекта, постепенно создавался ее образ «западных ворот Урала». Вблизи вокзала и депо довольно быстрыми темпами формировалось поселение, костяк его жителей составили рабочие-путейцы и их семьи. В 1903 г. станция была переименована в «Вознесенскую», очевидно по названию села Вознесенское Оханского уезда, расположенного в 10 верстах к северу от железной линии. Вскоре пристанционный поселок стал называться «Александровский» в честь освящения первой в этой местности православной церкви Святого Александра Невского [2, с. 19]. Заметим, что ее настоятель, священник Г.А. Орлов, стал инициатором открытия в поселке первых образовательно-просветительских организаций. Так, осенью 1908 г. в построенном на привокзальной аллее одноэтажном деревянном здании начала работать школа грамоты, принявшая на обучение свыше семидесяти учеников.

Кратковременное пребывание зимой 1904 г. на станции Вознесенской выдающегося российского художника-баталиста В.В. Верещагина (1842-1904) первоначально оказалось проходным сюжетом в истории поселения (Рис. 1). Однако обстоятельства его трагической гибели 13 апреля 1904 г. у берегов Порт-Артура (подрыв на mine броненосца «Петропавловск») побудили местные сообщества Александровского поселения распознать феноменальные смыслы присутствия образа гениального человека в месте, еще не имеющим культурного облика. Общеизвестно, что весной 1914 г. инициативная группа вознесенских служащих обратилась с ходатайством о присвоении станции имени художника [2, с. 25]. Год спустя, когда вся страна переживала тяжелые военные будни, последовало высочайшее разрешение. С 18 апреля 1916 г. станция Вознесенская и поселок Александровский стали официально называться Верещагино (приказ Министерства путей сообщения

Российской империи № 354 от 8 декабря 1915 г.) [1]. Представляется, что данная инициатива стала одним из первых в истории г. Верещагино коллективных креативных действий, свидетельствующих о понимании людьми зримых и незримых смыслов творчества и подвижничества. Люди таким образом проявили земляческое единодушие, заявив о своей приверженности к развитию лучших практик созидательной деятельности.

Обратим внимание на то обстоятельство, что новый населенный пункт образовался в крае, где с XVIII в. происходило укоренение старообрядческого движения и религиозных форм подвижничества. Как отмечает А.В. Черных, на территории Прикамья были распространены несколько старообрядческих согласий, самыми многочисленными являлись старообрядцы часовенные. На рубеже XIX-XX вв. они активно осваивали территории Обвинского поречья в Верхокамье [4]. Общая численность староверов Верхокамья (историческая территория Верещагинского, Сивинского, части Очёрского районов Пермского Прикамья и части Кезского района Удмуртии) в это время составила 29,5 тыс. чел. [5]. В специальных исследованиях отмечается, что в начале XX в. положение старообрядцев, подвергавшихся ранее со стороны имперских властей усиленным гонениям, стало меняться в лучшую сторону. Введение в действие указов «Об укреплении начал веротерпимости» от 17 апреля 1905 г. и «О порядке образования и действии старообрядческих и сектантских общин» от 17 октября 1906 г. запустило процесс легитимации деятельности старообрядческих обществ и положило начало возведению старообрядческих храмов [6, с. 49]. Так, в 1905 г., состоялась регистрация старообрядческой церкви, разместившейся в непосредственной близости к станции Вознесенская (пос. Филаевка / мкр Северный). Рядом с церковью находилось кладбище, на котором хоронили умерших общинников. В начале 1930-х гг. церковь была закрыта, а община старообрядцев разогнана [7]. В период революционных потрясений (1918-1920-е гг.) на территории Красно-Верещагинского района действовали 19 церквей и 11 часовен [8]. Глубокая религиозность была пронесена людьми через всю советскую эпоху, переда-

валась из поколения в поколение. Отметим, что в отличие от некоторых других уральских населенных пунктов, где к концу XX в. традиции старообрядчества были полностью утрачены (например, г. Красноуфимск) [9, с. 109], сегодня в г. Верещагино и его окрестностях религиозные устои продолжают находить отражение в повседневных жизненных практиках значительного количества людей. В Верещагинском районе ведут свою энергичную деятельность четыре прихода Русской Православной старообрядческой Церкви (белокриницких староверов) и один приход кержацких староверов (с. Путино). Заместитель председателя Культурно-Паломнического Центра им. протопопа Аввакума А.А. Безгодов выражает уверенность в том, что именно религиозный «капитал» Верещагино позволяет городу сохранять лидирующие позиции в Верхокамье, и что «скорее всего именно верещагинские старообрядцы в ближайшее время будут определять развитие староверия в регионе» [5]. В свою очередь, благочинный Уральской епархии протоиерей Валерий Шабашов выделяет главные черты современного старообрядческого подвижничества: «Людей, жалующихся на жизнь, впадающих в уныние, среди настоящих старообрядцев нет. И благодаря этому качеству, а также высокой работоспособности и отказу от употребления алкоголя они добиваются материального благополучия. О чём это говорит? О том, что старообрядцы – это люди, сильные духом, в них есть «стержень»» [8].

В советский период поселок Верещагино стал центром Верещагинского района (1 января 1924 г.), поселком городского типа (27 августа 1928 г.) и, наконец, городом районного подчинения (19 июня 1942 г.). Росла численность городского населения: с 6 тыс. в 1931 г. до 22,8 тыс. чел. в 1959 г. В 1941 г. город принял почти шесть тысяч эвакуированных советских граждан, прибывших, в частности из Карело-Финской ССР – 1182 чел. С 6 августа 1941 г. по 1 сентября 1945 г. здесь размещался эвакуационный госпиталь № 2567 (нач. Е.Г. Плешкова) [10, с. 90]. В это время в г. Верещагино были также размещены Липецкий моторно-ремонтный завод, Егорьевская швейная фабрика, производственные мощности Ворошиловградского механического

завода им. 20-летия Октября и др. В послевоенные годы сложился комплекс градообразующих предприятий: Верещагинская трикотажная фабрика (1946), Верещагинский комбинат хлебопродуктов (КХП), Верещагинский завод железобетонных конструкций (ЖБК), Верещагинский комбинат молочных продуктов и др. В 1960-1980-е гг. активно развивалось общественное городское пространство, жилая застройка. Так, в июне 1965 г. было введено в эксплуатацию первое в городе четырехэтажное жилое здание (ул. Ленина, 43), а в октябре 1968 г. открылась гостиница «Приуралье». Создавалась сеть автомобильных дорог, связывающих г. Верещагино с населенными пунктами района (с. Бородулино, с. Путино, с. Сепыч, с. Соколово). В 1976 г. было открыто автобусное сообщение по маршруту пос. Сива – с. Вознесенское – г. Верещагино – г. Пермь. В период «развитого социализма» верещагинцы продолжали проявлять лучшие качества подвижнической деятельности. Речь идет, прежде всего, о культурно-просветительском движении и будничных формах хозяйственной самодостаточности людей (огородничество, ремесла, домашнее животноводство).

В начале 1990-х гг. социально-экономическая повестка в г. Верещагино не особо отличалась от перестроечных лет. С 1992 г. по 2001 г. наблюдался небольшой прирост численности городского населения (с 24,9 тыс. до 25,2 тыс.). В город перебирались люди из сельской местности, а также приезжали специалисты с семьями из г. Перми в поисках лучших возможностей для поддержания своего материального благополучия. Выразим мнение о том, что именно в этот период времени у г. Верещагино был уникальный шанс заявить о себе как о городе, открытом для людей инициативных, творческих и желающих своими усилиями преобразовывать вокруг себя общественную среду. Местным властям следовало бы проводить политику территориального маркетингового брендинга, активнее продвигать в пермском регионе бренд-образы города. Причем культурный потенциал Верещагино продолжал расти. Высокую активность показывали старообрядческие организации, в 1993 г. в городе завершилось строительство новой церкви и был произведен

первый набор в воскресную школу для старообрядческой молодежи (170 обучающихся) [8]. Однако сценарий креативного брендинга г. Верещагино к началу XXI в. так и не был разработан, шанс упущен. С 2002 г. город стал, в буквальном смысле, «терять» людей. К 2010 г. его население составляло уже всего 22,1 тыс. чел.

В настоящее время население продолжается сокращаться и не превышает 21,5 тыс. чел. Накопились и другие проблемы муниципального хозяйства (высокий процент изношенности коммунальных сетей и дорожной инфраструктуры, не обустроенность садово-парковых зон, запустение пригородных территорий, и др.). В визуальном облике города отчетливо проявляются отнюдь не лучшие черты «провинциальности». Вмерзшие в снег на центральных улицах скамейки и урны производят на жителей и гостей города неблагоприятное впечатление (Рис. 2). Остановочные пункты лишены стилизованного оформления, горожане довольно часто выражают недовольство их состоянием (Рис. 3) [11, с. 55]. Нельзя не отметить неудовлетворительный внешний вид конструкций, предназначенных для объявлений и афиш возле МБУК «Верещагинский районный музейно-культурный центр» (ул. Ленина, 20). Подчеркнем, что речь идет не о городских окраинах, а о центре г. Верещагино. Таким образом, городу требуются креативные сценарии создания нового типа инфраструктуры, преобразования его визуально-эстетической среды. «Когда власти лишь реагируют на уже возникшие проблемы, они, в сущности, идут на поводу у этих проблем и вынуждены решать их методами, которые подсказывают сами эти проблемы, – отмечает в своих произведениях известный британский исследователь-урбанист Чарльз Лэндри. – В результате они продвигаются от кризиса к кризису и занимаются вчерашними проблемами, а не завтрашними возможностями» [12, с. 85].

Выразим убеждение, что креативный сценарий для города, носящего имя российского творца-подвижника, возможно воплотить только в рамках стратегии геокультурного брендинга. Ведущим исследователем в вопросах геобрендинга является Д.Н. Замятин, который дает следующее определение:

«геокультурный брендинг – это проектно-сетевая деятельность, направленная на прикладное использование геокультуры территории (специфическая региональная идентичность, историко-культурное наследие, архетипические географические образы, локальные мифы и культурные ландшафты) в целях формирования и продвижения социально значимого и эффективного (аттрактивного) территориального образа» [13, с. 29]. Из этого следует, что геокультурный бренд территории является её стратегическим активом.

Опираясь на вышеизложенный материал, представим на обсуждение авторский проект геокультурного бренда «Верхокамская усадьба», который целесообразно использовать при реализации стратегии геокультурного брендинга г. Верещагино. Итак, бренд «Верхокамская усадьба» основывается на репрезентации историко-культурного наследия г. Верещагино и включает комплекс характеристик, в том числе по воспроизводству культурных смыслов творчества и подвижничества. Перечислим семантические образы, составляющие концептуальное основание геобренда:

- «Верхокамье» – образ исторической местности со сложившимися практиками творческого подвижничества (религиозного, профессионального, созидательно трудового);

- «усадьба» – образ, в котором воплощается социально-историческая самобытность хозяйственного уклада территории; «усадьба в русской культуре – это не просто особый вид поселения, а некое явление гораздо более широкого смысла... Она давала своему владельцу и свободу воли, и свободу личности, и свободу творчества» [14, с. 22];

- «усадебное кольцо» – образ места города, где сосредоточена культуротворческая деятельность горожан и гостей города (художественная, дизайнерская, технико-эстетическая, в том числе ремесленная, и др.).

- «подвижник» – образ человека, стремящегося к созидательной деятельности, заинтересованного в развитии своего семейного благополучия и полезных форм хозяйственной активности, а также нацеленного на выполне-

ние моральных требований в случае возникновения неблагоприятных социальных условий или обстоятельств личной жизни.

Обозначим главные целевые показатели, которые следует достигать процессе реализации геокультурного брендинга «Верхокамская усадьба»:

- развитие позитивного имиджа Верещагино в медиа-информационном пространстве страны как города, «открытого» для культуротворческой деятельности людей;

- привлечение в г. Верещагино молодых семей и многодетных семей, людей предпенсионного возраста, проявляющих заинтересованность в развитии своего материального благополучия посредством «укрепления на земле», то есть создания семейной усадьбы;

- сохранение имеющихся в городе кадров высококвалифицированных рабочих, инженеров, ученых;

- стабильный рост реализации креативных проектов в общественном пространстве города, инициируемых людьми, так или иначе связанных с Верещагино.

Выразим мнение, что для продвижения бренда «Верхокамская усадьба» целесообразно использовать такие ключевые социально-экономические ресурсы, как:

- железнодорожная инфраструктура города (станция «Верещагино» – «западные ворота Урала»);

- наличие образовательных, медицинских и музейных организаций;

- наличие ярмарочных площадок (торговых и социокультурных);

- муниципальный земельный фонд и имущественный комплекс;

- старообрядческие практики патриотического воспитания.

Достижение целевых показателей зависит не только от муниципальных властей, но и от активности городских сообществ. Таким образом, следует признать необходимым проведение в г. Верещагино на регулярной основе фестивалей и творческих конкурсов, направленных на преобразование визуально-эстетической среды города (уличного пространства, парков и скверов,

придомовых территорий). «Верхокамской усадьбе» требуется свой городской дизайн, в котором воплощались бы символы домохозяйства и благополучия, семейных ценностей и социального согласия. В городе нужно организовать особые площадки для культуротворческой деятельности людей, создавая «усадебное кольцо». Слоганы «Найди себя в Верещагино», «Верещагино – город крепких хозяев», «Усадьба и судьба в твоих руках» следует закреплять в муниципальных программах развития, в стратегии социально-экономического развития города.

Концептуальная идея геокультурного бренда «Верхокамская усадьба» выстроена на знании истории города и его окрестностей. Нужна воля городских властей и самих горожан для того, чтобы сделать город, носящий имя выдающегося творца-подвижника, комфортным для проживания местом, центром притяжения людей, которые через свои активные подвижнические практики воспроизводили бы самобытность хозяйственного уклада страны.

Список литературы

1. Волегова С. Г. О дате возникновения города Верещагино. История переименований и статусов / С.Г. Волегова [Электронный ресурс]. – URL:<https://nashural.ru/mesta/permskij-kraj/vereshagino/> (дата обращения: 8.05.2020).
2. Мельчаков В. Г. Верещагино: история города и района: Историко-краеведческий очерк / В.Г. Мельчаков. – Пермь: Областной творческий центр, 1994. – 56 с.
3. Дорога сквозь века: о пермских железнодорожниках: от события к событию. Кн. 1 / Авт.-сост. Г.А. Литовченко. – Пермь: Изд-во «Пушка», 2003. – 367 с.
4. Черных А. В. Русские старообрядцы / А.В. Черных [Электронный ресурс]. – URL:<http://enc.permculture.ru/showObject.do?object=1803972154> (дата обращения: 12.05.2020).

5. Безгодков А. А. Старообрядческие согласия Верхокамья в прошлом и настоящем / А.А. Безгодков [Электронный ресурс]. – URL: <https://protopop-avvakum.ru/bezgodov-a-a-starobryadcheskie-soglasiya-verhokamya-v-proshlom-i-nastoyashhem/> (дата обращения: 12.05.2020).
6. Голева Т. Г. Старообрядцы на территории Коми-Пермяцкого округа / Т.Г. Голева // Вестник ПНИПУ. Культура. История. Философия. Право. – 2019. – № 1. – С. 46-60.
7. Храм святителя Николы Чудотворца. Верещагино (РПСЦ) [Электронный ресурс]. – URL: <https://navigator.starove.ru/item/hram-svyatitelya-nikoly-chudotvortsa-vereshhagino-rpsts/> (дата обращения: 12.05.2020).
8. Шишкин А. Интервью с о. Валерием Шабашовым «Старообрядчество – вера наших предков...» // Верещагинский вестник. – 2016. – № 6 (611). – 5 февраля.
9. Белобородов С. А. «И вскоре раскол здесь необычайно усилился» (К истории старообрядчества Красноуфимского уезда) / С.А. Белобородов // Вестник Екатеринбургской духовной семинарии. – Вып. 2(4). – 2012. – С. 86-110.
10. Пермский край в Великой Отечественной войне: энциклопедия / Ред. колл. В.П. Мохов и др.; ред. А.Г. Зебзеева. – Изд.-е исправл. и дополн. – Пермь: Книжное изд-во «Пушка», 2020. – 471 с.
11. Пустовалов А. В. Медиаконтент Верещагинского района Пермского края / Пустовалов А.В., Некрасова Л.И. // Евразийский гуманитарный журнал. – 2019. – № 1. – С. 52-57.
12. Лэндри Ч. Креативный город / Ч. Лэндри; пер. с англ. В. Гнедовского, М. Хрустальной. – М.: Классика – XXI век, 2011. – 399 с.
13. Замятин Д. Н. Геокультурный брендинг городов и территорий: от теории к практике. Книга для тех, кто хочет проектировать и творить другие пространства / Д.Н. Замятин. – СПб.: Алетейя, 2020. – 668 с.
14. Шляпугина Р. Я. Дворянские усадьбы России: общий обзор / Р.Я. Шляпугина // Дискуссия. – 2015. – № 1 (53). – С. 22-26.

Рис. 1. Василий Васильевич Верещагин (1842-1904 гг.).

Рис. 2. Скамейки и урны в центре г. Верещагино (1 марта 2020 г., ул. Ленина).

Рис. 3. Остановка общественного транспорта (Школа № 1, ул. Ленина).

Yu.V. Dianova

Perm College of Construction

«VERKHOKAMSKAYA USADBA»:

GEOCULTURAL POTENTIAL OF VERESHCHAGINO CITY

The article describes the geocultural potential of the city of Vereshchagino in the Perm region, which should be used for the implementation of promising creative scenarios for the development of the urban environment. In 2023, the city, which is called the "Western gate of the Urals" in popular science publications, will celebrate its 125th anniversary. Currently, Vereshchagino has accumulated typical problems for a provincial city (demographic, communal and sociocultural). The visual image of the urban environment is devoid of expressive color. The author believes that Vereshchagino has a unique chance to become a comfortable city for living, a place of attraction for people who through active ascetic practices support and reproduce the socio-historical identity of the economic structure of the country. This initiative is based on the methodology of geocultural branding of cities and territories. The proposed brand image "Verkhokamskaya Usadba" contains visible and invisible meanings of creativity and asceticism, acting as mental foundations in the author's project of the model strategy of geocultural branding in Vereshchagino.

Keywords and phrases: geocultural potential, Vereshchagino, image resources, creative action, asceticism, traditional values, geobranding.