

ГЕТЕРОТОПИЯ ГОРОДСКОГО ПИКНИКА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ТЕОРИИ ПУБЛИЧНОЙ СФЕРЫ: КРОССДИСЦИПЛИНАРНОЕ КЕЙС-СТАДИ

Статья продолжает серию публикаций по итогам исследовательского проекта, посвященного омскому мероприятию «Городской пикник». Используя средства, собранные при помощи народного финансирования и привлечения коммерческих спонсоров, группа гражданских активистов раз в год арендует частную спортивную базу и превращает ее в однодневное публичное пространство, посетителям которого предоставляется полный спектр современных городских развлечений: концерты, перформансы, выставки, лекции и мастер-классы, фримаркет, рор-ир кафе, детские площадки и т. д. В статье изложены результаты кроссдисциплинарного кейс-стади, интерпретирующего «Городской пикник» с точки зрения двух подходов — фуколтланской гетеротопологии и теории публичной сферы. В качестве исходной теоретической модели используется концепция М. Дехане и Л. Де Каутера, которые впервые проблематизировали вопрос о соотношении понятия гетеротопии с категориями публичности и приватности; затем «Городской пикник» рассматривается в более широком контексте современных исследований публичной сферы и городского публичного пространства (Л. Лофланд, Э. Бриз, Н. Фрейзер и др.). Дискурс-анализ вербальных и визуальных текстов о «Городском пикнике» обнаружил следующие его свойства: полупубличность, или клубность (хотя организаторы воспринимают и позиционируют его как публичное пространство); сложное переплетение публичной, приватной и парохияльной сфер (причем развитие частных и парохияльных связей, сопровождающееся разрастанием территории мероприятия и увеличением количества его посетителей, угрожает публичности «Городского пикника»); протополитический потенциал (в то время как один из ключевых принципов мероприятия гласит «Без политики»). Кроме того, «Городской пикник» представляет собой практику апроприации не-места, или оккупирования «пространства-трансформера».

Ключевые слова: город, гетеротопия, публичная сфера, городское публичное пространство, приватная сфера, парохияльная сфера, не-место.

В последние годы в российских городах появляется все больше новых пространств и практик, суть которых в первом приближении трудно определить точнее, чем это сделал один из информантов описываемого ниже исследования: «хорошие городские вещи». К этой категории относится весьма широкий круг явлений — от антикафе и фримаркетов до ярмарок уличной еды и ревитата-

Квят Александра Георгиевна — кандидат филологических наук, докторант кафедры социологии, Уорикский университет, Великобритания (A.Kviat@warwick.ac.uk, akvyat@yandex.ru)

Kviat Alexandra — Doctoral student at the Department of sociology, University of Warwick, Great Britain (A.Kviat@warwick.ac.uk, akvyat@yandex.ru).

лизованных парков. Некоторые из них функционируют как коммерческие организации, приносящие прибыль своим владельцам, другие ориентированы на идеологию декоммодификации, некоторые тем или иным образом поддерживаются государством, другие создаются гражданскими активистами и волонтерами, некоторые существуют в стационарном формате, другие возникают периодически или однократно. Однако при всех различиях эти явления объединены тремя важными общими чертами. Во-первых, все они представляют собой своеобразные анклав, «дыры в решетке принятого в городе порядка» (de Certeau 1984: 96), «экспериментальные утопии» (Lefebvre 1991), «альтернативные города в рамках уже существующего города» (Нои 2010: 2), которые пока не доминируют в российской городской культуре. Во-вторых, даже при поверхностном контент-анализе текстов, посвященных созданию и функционированию таких пространств и практик, становится очевидно, что все они так или иначе связаны с идеями преодоления, переосмысления, оспаривания и присвоения пространства постсоциалистического города. Третье сходство заключается в их общей установке на поствиртуальную коммуникацию (Квят 2014б) и развитие горизонтальных социальных связей.

Набор концептуальных рамок, подходящих для изучения этих новых феноменов российской городской культуры, довольно разнообразен — это и постлефевровские исследования городского активизма, и теория публичной сферы, и городская коммуникативистика. Объединить эти подходы под одним методологическим «зонтиком» позволяет гетеротопология. Это направление междисциплинарных исследований пространства восходит к лекции философа М. Фуко «О других пространствах» (Фуко 2006). Впервые прочитанная в 1967 г. и опубликованная лишь семнадцать лет спустя, она стала настоящим манифестом так называемого «пространственного поворота» в современном социально-гуманитарном знании. Введенное в этой лекции понятие гетеротопии, в самом общем виде означающее «странное, необычное пространство» и часто критикуемое последователями Фуко за непрозрачность, противоречивость и абстрактность, тем не менее успешно применяется в самых разных областях знания, от социологии города до культурной антропологии, от гуманитарной географии до теории литературы.

Данная статья продолжает серию публикаций по результатам исследовательского проекта, нацеленного на конкретизацию и операционализацию понятия гетеротопии, а также на демонстрацию возможностей его применения в исследованиях новых феноменов российской городской культуры. В качестве гетеротопии в этом исследовании был рассмотрен однодневный массовый праздник под названием «Городской пикник», который с 2012 г. ежегодно организует в Омске группа гражданских активистов без участия городских властей. «Городской пикник» проходит на территории частной спортивной базы недалеко от центра города, средства на покрытие расходов собираются при помощи народного финансирования и привлечения коммерческих спонсоров. Материалом исследования, проведенного методом дискурс-анализа*, стал корпус

* В рамках дискурс-анализа, выполненного по трехуровневой модели Х. Руиса Руиса, применялись такие приемы и техники, как качественный контент-анализ, метод обоснованной теории, формальный семиотический анализ, позиционный, фреймвый и разговорный анализ, индуктивная инференция. См. подробнее (Ruiz Ruiz 2009).

вербальных и визуальных текстов о «Городских пикниках» 2012, 2013 и 2014 гг., включающий в себя сообщения, комментарии и фотоотчеты организаторов, участников и посетителей, опубликованные на официальном сайте мероприятия, в посвященной ему группе в социальной сети «ВКонтакте» и в блогах; публикации в СМИ; рекламные плакаты и карты; пространственный текст «Городского пикника» (зонирование и оформление территории). На первой стадии исследования были выявлены, описаны и проанализированы основные гетеротопические свойства «Городского пикника»: инаковость; девиационность; гетерогенность; оспаривание и переворачивание реального пространства; компенсаторность; гетерохронность; сочетание вечностной и временной гетеротопии; концентрирование и воспроизведение других пространств, практик и культур; фрактальность; специфические отношения с категориями публичного и частного (Квят 2014а).

Последний аспект, заслуживающий отдельного подробного изучения, будет рассмотрен в этой работе. Начав с краткого изложения концепции М. Дехане и Л. Де Каутера, которые впервые проблематизировали вопрос о соотношении понятия гетеротопии с категориями публичности и частности, мы попытаемся включить «Городской пикник» в более широкий контекст современных исследований публичной сферы и городского публичного пространства, напрямую не связанных с фукольтианской и постфукольтианской гетеротопологией.

Между ойкосом и агорой: частность, публичность и гетеротопия

В 2005 г. в Бельгии прошел colloquium Европейской ассоциации архитектурного образования, по результатам которого тремя годами позже была издана коллективная монография «Гетеротопия и город: публичное пространство в постгражданском обществе» (Dehaene, De Cauter 2008). Наряду с многочисленными примерами приложения понятия гетеротопии к исследованиям различных городских феноменов, в сборнике есть несколько теоретических работ, осмысляющих и переосмысляющих концепцию Фуко. В частности, М. Дехане и Л. Де Каутер, обратившись, по примеру Х. Арентс, к античным концепциям социальной жизни, обнаружили ключ к пониманию сущности гетеротопии в теории древнегреческого архитектора и философа Гипподама, который различал три типа пространства: частное, общественное и сакральное. Проанализировав разработанный Гипподамом градостроительный план Милета, Дехане и Де Каутер выделили три базовых структурных элемента античного города: ойкос (частная сфера домашнего хозяйства), агору (пространство для общегражданских собраний) и третью зону, начинающуюся акрополем и заканчивающуюся некрополем, между которыми располагаются театр, стадион, палестра, гипподром, гимнасий. По мнению Дехане и Де Каутера, именно в этом заключается суть гетеротопии, не относящейся в полной мере ни к одному, ни к другому полюсу бинарных оппозиций *ойкос / агора, частное / публичное*: «Гетеротопия — это Другое политического и Другое экономического; это не что иное, как культурная сфера — пространство религии, искусства, спорта, досуга; это третья сфера между публичным и частным пространством» (Ibid: 90–91).

Для понимания этого промежуточного, «ни частного, ни публичного» статуса гетеротопий Дехане и Де Каутер предлагают использовать введенное ур-

банистом К. Уэбстером понятие клубного пространства: «Публичное пространство — это специфическое благо, не предполагающее права исключительного пользования. Возможность доступа к нему определяется всякий раз, когда люди попадают в это пространство и начинают его использовать. Если оно становится слишком популярным, возникает конфликт пользовательских прав, и публичность данного пространства начинает зависеть от того, как этот конфликт разрешается. Иными словами, публичные пространства — это всегда оспариваемые пространства» (Ibid: 99). Приватные пространства, наоборот, всегда принадлежат строго определенному владельцу. Между этими противоположностями находятся так называемые «клубные пространства»: «Это замкнутые миры гольф-клубов, закрытых сообществ, братств, либо более открытые организации и группы по интересам — бойскауты, местные общественные организации, шахматные клубы, карнавалы ассоциации. Используемые ими пространства могут быть частными, предоставляемыми для собраний клуба в порядке общественной работы; это также может быть частная собственность клуба или гостиная одного из его членов» (Ibid: 99). Гетеротопии — это полупубличные пространства коллективного пользования, одновременно открытые для публичного доступа, но также способные закрываться, исключая и вычеркивая непосвященных (Ibid: 6) Будучи полупубличным пространством, которое находится за пределами политического процесса, гетеротопия тем не менее «легко может исполнить парapolитическую, протополитическую или инфраполитическую роль, если обитатели этой экспериментальной территории захотят однажды выйти из тени» (Ibid: 100). Далее мы рассмотрим, как вышеописанные свойства гетеротопии — полупубличность и пара- / прото- / инфраполитический потенциал — соотносятся с некоторыми другими теоретическими моделями, касающимися общих вопросов публичной сферы и городского публичного пространства, и как два этих признака проявляются в «Городском пикнике».

Между публичностью и полупубличностью: пикник (не) для всех

Если любая гетеротопия в той или иной степени является пространством клубного типа, то «Городской пикник» можно назвать особенно ярким примером проявления этого свойства. Перед первым пикником планировалось, что попасть туда можно будет либо за небольшую плату, либо по предъявлении флаера (первый вариант вскоре был отброшен, так как бесплатный вход был требованием арендодателя): *Комментатор: То есть флаеры — лишь путь некоего создания «значимости» и «причастности» (ну, и информационная раздатка)? Ок:) Организатор: ну и способ адресно пригласить определенную целевую аудиторию [ВК: 18.08.2012]**. После того как организаторы решили обойтись без флаеров и

* Здесь и далее ссылки на официальную группу «Городского пикника» в социальной сети «ВКонтакте» для краткости отмечены аббревиатурой «ВК» и датой сообщения или комментария; ссылки на блоги помечены словом «Блог», порядковым номером источника в Приложении 1 и датой сообщения или комментария. Ссылки на материалы прессы обозначены аббревиатурой «СМИ», порядковым номером публикации (Приложение 2) и ее датой. Ссылки на официальный сайт пикника помечены словом «Сайт», далее указан раздел сайта.

окончательно сделали выбор в пользу свободного входа на «Городской пикник», границы «клуба» были заданы правилами поведения на территории праздника: *Спиртное не будет продаваться и организаторы оставляют за собой право удалять посетителей со спиртными напитками* [рекламный плакат первого пикника, ВК: 4.09.2012]. *По всей территории будут стоять коробки для мусора. Просим вас выкидывать мусор только туда. Курить на территории лыжной базы, где происходит пикник, нельзя* [сообщение организаторов, ВК: 6.07.2013].

Пытаясь разметить границы «клуба», перед первым пикником организаторы также транслировали образ идеального посетителя: *«взрослые, образованные люди»; «современный человек, горожанин с активной жизненной позицией и заботящийся о своем здоровье и здоровом будущем своих детей»* [ВК: 11.08.2012]; *«люди, которые мало участвуют в мероприятиях для ширнармасс»; «это для деятельной интеллигенции, не для случайных прохожих»* [Блог 1: 9.09.2012]. Более откровенно формулировали эту идею сами посетители, радовавшиеся тому, что на «Городских пикниках» отсутствуют нежелательные лица (эта тема присутствует почти во всех отзывах 2012–2014 гг.): *«здесь не было пьяных неадекватов»* [Блог 2: 9.09.2012]; *«полное отсутствие гопоты»* [Блог 3: 9.09.2012]; *«о чудо, я не видел ни одного баклана с быдло-пивом!!!»* [ВК: 9.07.2013], *«столько народу, никто не пьет, не курит и не матерится!!!»* [ВК: 5.07.2014].

Несмотря на многочисленные проявления «клубности», организаторы «Городского пикника» явно воспринимают его как публичное пространство: *Задача праздника — на один день “собрать” красивое общественное пространство* [Блог 4: 2.07.2014]. В главных текстах, выполняющих задачу позиционирования мероприятия, да и в самом его названии заключена идея «праздника для всего города»: *Городской пикник — это первый городской праздник, организованный горожанами, без администраций, организаций и корпораций. И все это омичи делают сами для себя* [Сайт: О фестивале]; *Городской пикник создается силами городского сообщества. Просто приходит весь город и веселится* [Сайт: Миграция в Омск]. В отзывах посетителей и текстах СМИ пикник часто называют общегородским. В такой ситуации неизбежны описанные Дехане и Де Каутером «конфликты пользовательских прав», выражающиеся в попытках оспаривания пространства пикника. Дискурс-анализ текстов о пикнике выявил два устойчивых конфликтогена, которые были условно обозначены как «Дети» и «Музыка». Интересно проследить за тем, как в текстах оспаривания реконструируется некий идеальный, утопический образ публичного пространства, комфортного для всех и каждого.

Первый эпизод оспаривания был связан с тем, что в 2012 г. некоторые посетители, пришедшие на пикник с детьми, были разочарованы отсутствием специально подготовленных для них развлечений: *«Да, это пикник, я понимаю. Но, господа организаторы, вы для кого его задумывали? Если для всех, то и нужно было продумать так, чтобы было интересно всем. Блин, введите на следующий раз ограничение по возрасту или по семейному положению, что ли. Пускайте только молодых, несемейных»* [комментатор, Блог 5: 8.09.2014]. Ко второму пикнику организаторы постарались исправить этот недостаток и не только включили в программу детские площадки, но и написали в группе мероприятия в социальной сети «ВКонтакте» специальные посты *«Чем можно заняться с ребенком на городском пикнике»* и *«Что мы рекомендуем родителям захватить с собой на пикник»*.

Второй конфликт, касающийся музыкального репертуара и громкости звука на главной сцене «Городского пикника», не удалось разрешить за все три года существования мероприятия: *Исполнители отобраны по вкусу 10 из всех присутствующих (...) посоветовала бы вам спросить не одного человека, а всех потенциальных присутствующих* [ВК: 10.09.2012]. *Рок-музыка она на любителя, потому не понимаю почему ее выставляют на центральную площадку, так и громко и на целый день. (...) Но все другие направления занятий, танцев, игр и прочее тоже были на любителя, но не были так навязаны как эта музыка. Если пикник городской, то и посетители разные и по возрасту и по интересам. Надо уважать интересы каждого. Этот пикник был рассчитан для всех, а не для избранных* [ВК: 7.07.2013]. *После того как прошло 15–20 минут лекции, начала играть музыка и очень громко, что даже лектора слышно не было, даже когда микрофон на полную громкость включили* [Блог 4: 9.07.2014].

«Городской пикник» и теория трех сфер Л. Лофланд

Для того чтобы дать более точный ответ на вопрос, является ли «Городской пикник» публичным или полупубличным пространством, мы обратимся к концепции Л. Лофланд (Lofland 1998). Описывая структуру социальных отношений в современном городе, она внесла в традиционную диаду *публичное/приватное* третий элемент, английское название которого, *parochial* (букв. «местечковый», «приходской»), пока не имеет устоявшегося адекватного перевода в русскоязычной урбанистике. С.Л. Кропотов и Н.А. Черняева (Кропотов, Черняева 2006) употребляют вместо него адаптированный термин «местно-локальная сфера»; в контекстах, не имеющих отношения к теории Лофланд, также встречается калькированный перевод «парохиальный», которого мы и будем придерживаться далее. Различия между тремя этими сферами Лофланд формулирует следующим образом: публичные пространства — это гетерогенная среда тех мест, в которых люди преимущественно не знакомы друг с другом (например, улица, парк, городская площадь). Их противоположность — приватные пространства, находящиеся в гомогенной среде близких личных связей и отношений (квартира, частный дом). Третий, промежуточный тип — это парохиальные пространства, характеризующиеся «чувством общности, которое разделяют знакомые между собой люди, включенные в межличностные сети, локализованные в определенной территории» (Lofland 1998: 10), как, например, соседи, коллеги, жители маленького городка. Лофланд выделяет два типа парохиальных отношений: «человек-человек» (например, разговор незнакомцев в прачечной или беседа пассажиров, которые часто ездят одним и тем же маршрутом общественного транспорта) и «человек-место» (эмоциональная привязанность к мемориальным точкам, излюбленным городским маршрутам, «тусовочным» местам вроде любимой кофейни или определенного уличного перекрестка). Принадлежность места к публичному типу пространства, в отличие от парохиального, определяется наличием социального разнообразия и низкой степенью вероятности случайной встречи знакомых людей. Лофланд также отмечает, что между публичным, приватным и парохиальным пространствами нет четких границ: в публичных пространствах могут возникать так называемые «пузыри приватности» (свадьбы, вечеринки по случаю дня рождения,

встречи знакомых). Аналогично и приватное пространство может стать публичным: например, во многих европейских городах старинные замки, находящиеся в частной собственности, в определенные дни открываются для посетителей. Еще один наглядный пример такого превращения приводят С.Л. Кропотов и Н.А. Черняева: «Если во время автобусной экскурсии полсалона занял школьный класс, то автобус оказался как бы захвачен этими подростками, даже если остальные пассажиры — случайные люди с улицы; публичное пространство превратилось в *parochial*» (Кропотов, Черняева 2006: 14).

Подобную трансформацию типов пространства можно обнаружить и в «Городском пикнике», причем при совмещении концепций Дехане — Де Каутера и Лофланд эта трансформация оказывается спиралевидной. Сначала приватное (в понимании Дехане и Де Каутера) пространство частной спортивной базы, на территории которой проводится пикник, становится публичным (с точки зрения обеих теорий). Именно так позиционируют «Городской пикник» организаторы: *Приглашаем вас общаться, знакомиться, узнавать новое* [рекламный плакат первого пикника, ВК: 4.09.2012, см. также примеры в предыдущем разделе]. О публичности пространства пикника свидетельствует и статистика посещения: по приблизительным подсчетам организаторов и журналистов, в 2012 г. на пикнике было около 5000 посетителей, в 2013 — около 7000, в 2014 — более 10000. Посетители пикника отмечают в нем оба признака публичного пространства, по Лофланд, — социальное разнообразие и возможность новых знакомств: *Не хватает в Омске таких живых мероприятий, мероприятий, объединяющих в одном месте разных людей* [ВК: 9.09.2012]; *Согласно подсчетам организаторов, на пикник пришло около 5000 горожан, среди них были не только молодые омичи, но и люди среднего и даже старшего возраста* [СМИ 1: 10.09.2012]; *Я ждала от вечера новых знакомств, отдыха. Собственно это и получила!* [интервью с посетителем, СМИ 2: 10.09.2012]. В отзывах посетителей неоднократно подчеркивается присутствие на пикнике детей, которые, как правило, играют роль визуального маркера безопасности при «рекогносцировке» публичного пространства: *Зеленый луг, молодые мамы на ковриках, бегает детвора, бабушка в теничке попивает чай* [Там же]; *Оттуда не хотелось уходить, там весело играли дети, светило солнце и люди улыбались друг другу* [СМИ 3: 8.07.2013]; *Дошел до сцены, увидел много детей маленьких, которые бегают со змеями, за это организаторам большое уважение* [Блог 4: 9.07.2014]; *Сама атмосфера была какой-то здоровой, семьи, детки, молодежь* [ВК: 6.07.2014].

Затем на пикнике образуются очаги близких социальных связей, и его пространство снова превращается в приватное (на этот раз только в понимании Лофланд). Отчасти этому способствовали организаторы: *Берите друзей, детей, родителей и домашних животных, и приходите со своими пледами (и ковриками) и корзинками на Первый Городской Пикник* [рекламный плакат первого пикника, ВК: 4.09.2012]; с другой стороны, такие «пузыри приватности» вполне естественны для подобных мероприятий. Более того, люди, пришедшие на «Городской пикник» без этого «облака» личных связей, чувствовали себя некомфортно: *Увидел как люди играли в настольные игры, очень понравилось. Но к сожалению был один, и поэтому поиграть не смог. Мест для одиночек было мало. 2 или 3 по моему. Но все же, пикник был для тех кто пришел туда с компанией а для тех кто один туда пришел, было мало мест чем можно было себя занять* [Блог 4: 9.07.2014].

Несмотря на все вышесказанное, «Городской пикник» нельзя однозначно квалифицировать как публичное пространство, пусть даже и с вкраплениями «пузырей приватности». Согласно теории Лофланд, в публичном пространстве маловероятна случайная встреча знакомых людей, в то время как на пикнике такие встречи происходят постоянно, о чем говорится едва ли не в каждом отзыве посетителей: *Встретила много знакомых людей, чему была рада. Вспомнила детство, двор* [ВК: 9.09.2012]; *Столько людей хороших встретила, с некоторыми не виделась очень долго, просто нет мест, где бы мы могли пересечься — и вот пикник стал отличным местом встреч!* [ВК: 7.07.2013]; *Я встретил на пикнике, наверное, всех своих знакомых, заработал на языке мозоль от слова «привет» и захотел на себя надеть футболку с надписью: «Всех люблю, всех обнимаю»* [интервью с посетителем, СМИ 4: 8.07.2013]. Таким образом, в формально публичном пространстве «Городского пикника» есть не только участки приватности, но и парохияльные зоны: *Было тусово, было много народу. Много знакомых. Мы каким-то образом сконцентрировали вокруг себя кучу классных людей и сидели общались с ними* [Блог 6: 9.09.2012]; *Большинству из нас, конечно, будет комфортнее в тусовочках по тридцать человек. Хотя, по сути, пикник и представлял собой кучу таких мини-тусовочек* [СМИ 5: 10.07.2013]. Помимо межличностных парохияльных связей, в пространстве пикника можно обнаружить и отношения «человек-место»: *В группе пикника, где сейчас выбирается площадка для нового праздника, я проголосовала за базу на Берёзовой — наше «намоленное» место. Вообще там все такое уютное, родное. Может быть, это фантомное ощущение от прошедшего в том году праздника, а на самом деле все как-то иначе?* [Блог 1: 27.04.2013]. Такой тип парохияльных отношений характерен прежде всего для организаторов, поскольку именно они каждый год занимаются подготовкой площадки для праздника (к этому процессу «обживания» пространства базы мы еще вернемся в конце статьи).

Это сочетание публичной, приватной и парохияльной сфер посетители воспринимают как главное качество «Городского пикника»: *На этом мероприятии самое важное это не музыка, игры, перформансы, инсталляции, выставки, мастер-классы, а общение. Я встретил кучу знакомых людей, с которыми давно не виделся. Плюс зарядился энергией счастливых незнакомых людей. Это было приятно и вот ради этого я приду на Пикник еще* [Блог 7: 6.07.2013]. Анализ любительских фотоальбомов, выложенных в группе «Городского пикника» в социальной сети «ВКонтакте», подтверждает, что посетители осознают эту пространственную неоднородность и, воссоздавая визуальный образ мероприятия, стараются отразить в своих снимках все три измерения социальной жизни на пикнике.

Вместе с тем, как это ни парадоксально, обилие приватных и парохияльных зон наряду с разрастанием территории мероприятия и увеличением количества его посетителей угрожает публичности «Городского пикника». Это стало особенно очевидным к 2014 г.: *Большая территория, огромный наплыв публики и обширный выбор площадок для отдыха. Зрители разделились на разные по размеру группы в зависимости от настроения, интересов, принадлежности к субкультурам и прочих критериев. Несмотря на восторженные и благодарные отзывы, омичам не хватило единения* [СМИ 6: 6.07.2014]; *Пикник разросся, стал практически неохватным. Пропала некая камерность, не знаю, хорошо это или плохо, но это так* [Блог 7: 5.07.2014]. Хотя численность посетителей пикника за два года вы-

росла вдвое, многие стали жаловаться на невозможность установления новых контактов в пространстве мероприятия: *А случались какие то круги, где люди собственно делились друг с другом... с друзьями и незнакомцами, со всеми, кто по любой причине хотел бы примкнуть? Вот просто сделать круг из желающих поговорить* [комментарий к заметке, СМИ 6: 6.07.2014]; *Я думаю пикник должен не только быть местом для встреч с друзьями но и тем местом где можно познакомиться с людьми с одинаковыми интересами. В общем мест, где люди манипулировали друг с другом было очень мало* [Блог 4: 9.07.2014]. Возможно, именно с этим связан резкий рост количества сообщений типа «ищу того, кто меня сфотографировал», «выкладываю свой фотоотчет, ищите себя», «парень, который играл в волейбол за главной сценой, отзовись» в группе мероприятия в социальной сети «Вконтакте». Всплеск этой специфической формы отложенной компьютерно-опосредованной коммуникации можно трактовать как попытку вернуть пикнику его публичность (и вслед за этим создать в нем новые «пузыри» парохальных и частных связей).

«Городской пикник» как протополитическое пространство

«Без политики», — кратко гласит один из шести ключевых принципов «Городского пикника» [Сайт: Принципы]. Действительно, в программах всех трех прошедших пикников трудно обнаружить хотя бы одно мероприятие, формально относящееся к категории «политического». На первый взгляд, «Городской пикник» представляется ярким примером того, что Дехане и Де Каутер называют культурной сферой. И даже попытки организаторов обыграть эту тему в шуточном опросе перед вторым пикником вызвали у многих потенциальных посетителей негативную реакцию или непонимание: *Поступила идея для перформанса. Пригласить Полежаева [бывший губернатор Омской области, ушедший в отставку еще до первого «Городского пикника» — прим. авт.] торжественно открыть Городской пикник. Как вам? Комментатор 1: Нажимаю «да», но только если до людей будет доведено, что это делается ради угара. Я имею ввиду людей, которые останутся за рамками этого голосования, которые могут это превратно понять, и больше не прийти. Комментатор 2: Вы серьезно? Очень не стоит. О том, что он будет именно экспонатом, будут знать в основном лишь те, кто видел опрос и комменты. Для остальных это будет «спасибо вам за этот пикник», «мы по вам скучаем». Да и зачем вообще на пикнике любые губернаторы и не только они. Не политическое это мероприятие. Комментатор 3: зачем путать отдых и политику? я против* [ВК: 24.05.2013].

Итак, организаторы и посетители «Городского пикника» не воспринимают его как политическое пространство — во всяком случае, эксплицитно, хотя дискурс-анализ показывает постоянное фоновое присутствие этой темы в шутках (*«А вы с властью-то согласовали? Власть дала дозволение? А то раз соберутся граждане, соберутся два, а там глядишь — антигосударственный переворот!»* [Блог 5: 6.09.2012] и метафорах (после первого пикника автор одного интервью с организаторами назвал их «зачинщиками»; в 2014 г. посетители в своих отзывах сравнивали пикник с киевским Майданом). Но для представителей власти политический потенциал этого мероприятия стал очевиден уже ко второму «Го-

родскому пикнику». Если в 2012 г., по словам одного из волонтеров пикника, «в департаментах культуры и молодежи говорили оргам [организаторам — прим. авт.] что «у вас даже формата нету — никто к вам не придёт»» [Блог 5: 8.09.2014], то на втором пикнике почти в точности сбылось то, о чем говорили организаторы в приведенном выше вопросе: по собственной инициативе, в порядке неофициального визита на мероприятие пришел губернатор Омской области (но уже не Полежаев, а его преемник). Примечательно, что это событие гораздо больше заинтересовало журналистов и блогеров, чем рядовых гостей пикника — в их отзывах и фотоотчетах присутствие Назарова практически не отражено. Поскольку губернатор четко придерживался роли обычного посетителя пикника (об этом говорило и его поведение, и внешний вид), этот визит был скорее имиджевым жестом, чем попыткой присвоения и контроля публичного пространства пикника.

Иначе повела себя городская администрация Омска, отношения которой с организаторами пикника не вполне соответствуют их ключевой формулировке «первый городской праздник, организованный горожанами, без администраций, организаций и корпораций» [Сайт: О фестивале]. Дело в том, что спортивная база, ежегодно арендуемая организаторами, принадлежит двум собственникам, один из которых — департамент по делам молодежи, физической культуры и спорта городской администрации Омска: *Площадка наполовину принадлежит городу, а наполовину — частному лицу. И с тем, и с другим мы договорились о бесплатной аренде. Это, кстати, демонстрация прекрасного поведения властей: мы обратились к ним по поводу площадки и попросили больше никак себя не проявлять, и, к нашему удовольствию, они именно так и делают* [интервью с организаторами, СМИ 7: 20.07.2013]. После второго пикника оптимизм организаторов сменился на возмущение тем, что директор вышеупомянутого департамента открыто попытался присвоить «Городской пикник», включив его в свой отчет о муниципальных мероприятиях, проведенных в 2012–2013 гг.

Помимо региональной и городской власти, публичное пространство пикника пытались использовать в своих целях и другие субъекты политического процесса: *Организатор: В.В. [омский политический активист — прим. авт.] на меня обиделся, что я ему напомнила о неполитическом характере пикника и отвергла предложение провести, используя аудиторию праздника, второй этап акции «Гражданин мэр». Комментарий 1: Кстати, насчет «не политический»: к нам подбежали какие-то огалтые люди, напялили на девок кепки с лого ЛДПР, сфотографировали все и убежали. Это нормально? Организатор: они просто уроды и паразитируют на мероприятиях нормальных людей. Комментарий 2: Кстати да, я тоже с удивлением подумала, что ЛДПР здесь делают и зачем им разрешено агитировать. Не пришло в голову, что они без разрешения это делают* [ВК: 9.07.2013].

Как мы видим, «Городской пикник» является объектом посягательства целого ряда политических субъектов, но сам по себе он не преследует никаких политических целей — по крайней мере, внешне. Может ли он, как всякая гетеротопия, «исполнить парapolитическую, протополитическую или инфраполитическую роль, если обитатели этой экспериментальной территории захотят однажды выйти из тени» (Dehaene, De Cauter 2008: 100)? Чтобы ответить на этот

вопрос, нужно вернуться к понятию публичной сферы, которое само по себе весьма неоднозначно. По мнению Э. Бриз, в постхабермасовской социологии правильнее говорить не об одной публичной сфере, а о разных публичных сферах, не об одной публике, а о нескольких публиках и контрпубликах, как это делают, например, Н. Фрейзер и Э. Икегами. Кроме того, Бриз выделяет две традиции понимания публичной сферы: политическую и гражданскую. К первой она относит Ю. Хабермаса, Х. Арендт и Н. Фрейзера, для которых объединение людей в группу само по себе еще не означает формирования публичной сферы — для этого у них должны быть общие политические цели и интересы. Представители второго направления, Э. Икегами, Р. Патнем, Г. Файн и Б. Харрингтон, придерживаются более широких критериев публичной сферы и причисляют к этой категории дружеские компании, клубы, объединения по интересам и другие формы социализации. Как показали кейсовые исследования Икегами, Файна, Харрингтон и самой Бриз, подобные публикации, легко мобилизующиеся для коллективных действий, способны превратиться из гражданских в политические, если, например, их членам в какой-то момент придется отстаивать свои интересы (Breese 2011).

В таком контексте стоит обратить внимание на разницу между «Городскими пикниками» 2012 и 2013 гг. Первый пикник, возникший как стихийная реакция на депрессивную общественно-политическую ситуацию в Омске (*Чтобы после выборов мэра избавиться от чувства, что все очень плохо, мы решили сделать что-то такое, что имело бы осязаемый положительный результат*; интервью с организаторами, СМИ 8: 11.09.2013), был сравнительно малобюджетным праздником, который придумала, организовала и провела за свой счет небольшая группа гражданских активистов, а остальные горожане присутствовали на нем в качестве гостей. В следующем году организаторы выбрали принципиально иную позицию, и уже не приглашали людей на пикник, а призывали их к совместной деятельности и коллективному финансированию мероприятия (это выражалось в том числе и на коммуникативном уровне — использовались формулировки «мы», «наш», «давайте решим», «делаем пикник вместе» и т. п.; почти все организационные вопросы обсуждались с потенциальными посетителями в группе в социальной сети «ВКонтакте»). Несколько изменилось и представление организаторов о миссии пикника: *«Цель здесь не в том, чтобы провести праздник, а в том, чтобы выработать инструменты самоорганизации. Сам процесс здесь важнее, чем итог»* [интервью с организаторами, СМИ 7: 20.06.2013]. Аналогичной стратегии придерживались они и в 2014 г., однако, по их признанию, этот эксперимент не вполне удался. Несмотря на то, что в этот раз у пикника оказалось еще больше волонтеров и активных участников, пожертвования людей, не имеющих отношения к организаторам и их ближайшему окружению, составили лишь 18 % всех собранных денег: *«За два года, которые прошли с момента проведения первого пикника, быть социально активным, придумывать и проводить свои проекты стало модой и хорошим тоном. Со «скидываются» все намного сложнее. Консенсус-цифра по количеству посетителей пикника — более 10 тысяч человек, а это значит, что сделали пожертвования 1–2 % посетителей»* [Блог 4: 9.07.2014]. Таким образом, протополитический потенциал «Городского пикника» очевиден — благодаря этому мероприятию

тысячи человек получили реальный опыт гражданской самоорганизации или, по крайней мере, какое-то представление о ней. Тем не менее, всю эту массу людей вряд ли можно назвать публикой — в полной мере этому понятию соответствует только активная, «ядерная» часть аудитории пикника, сгруппированная вокруг его организаторов.

Вместо заключения: трансформеры и не-места

Объект представленного здесь исследования как бы «скользит» в категориях, принимая то публичную, то приватную, то парохияльную форму, представляясь то гражданским, то политическим пространством. Дополнение концепции Дехане и Де Каутера другими социологическими теориями подтвердило и даже усилило гетеротопичность «Городского пикника». По-видимому, это свидетельствует не столько об уникальности этого мероприятия, сколько о кризисе традиционных представлений о публичности в условиях современного города. Интересное решение этой методологической проблемы предлагает О. Паченков в своей концепции «пространств-трансформеров», которые будут временно оккупироваться разными группами горожан, но ни одна из них не сможет окончательно присвоить такое пространство: «Такая оккупация всегда будет временной, и на следующий день пространство будет захвачено другой группой, затем третьей и т. д. Так оно останется пространством потоков, событий, действий, коммуникации жителей — живым городским пространством» (Паченков 2012). Похожую мысль высказывает Б. Гройс: «Если мы хотим, чтобы публичное пространство имело более постоянный характер, то есть конституировалось как пространство, которое, в свою очередь, может конституировать общество, нам нужно это публичное пространство построить, то есть построить вакуум, пустоту, впустить в город вакуум, ничто, не-место, если хотите — у-топию» (Гройс 2012: 5–6). По сути, именно таким трансформером и не-местом является база, территорию которой оккупирует «Городской пикник», — до того, как здесь стали проводиться пикники, она использовалась только в зимнее время как место катания на лыжах. Ежегодное присвоение этого пространства организаторами «Городского пикника» сложилось в устойчивый апроприационный ритуал, включающий в себя уборку и зонирование территории, стрижку травы, мытье забора, оформление площадок и установку визуального идентификатора (в 2012 г. это был баннер с надписью «Первый городской пикник», в 2013 г. слово «пикник» было составлено из картонных коробок, в 2014 г. буквы П, И, К, Н, И, К были сделаны из больших деревянных конструкций). Очевидно, вдохновившись «Городским пикником», владельцы базы стали сдавать ее в аренду и для других мероприятий: *С первого пикника база сильно изменилась: теперь это проходной двор, где чуть не каждый вечер сидят отдыхающие у мангала, топится баня, проводятся какие-то празднества с выпивкой. Также база сдает территорию в аренду всем желающим, и нам досталось наводить порядок после собачьей выставки, на которой участники поставили свои автомобили на газон, пили и курили, бросали мусор под ноги и не подумали за собой убрать* [сообщение организатора, Блог 1: 13.07.2014]. Как следует из этой цитаты, многофункциональность пространств-трансформеров неизбежно вызывает

конфликты групп, которые их оккупируют, однако это может стать темой уже другого исследования в рамках гетеротопологического подхода к современному городу.

Литература

Городской пикник: открытая группа «ВКонтакте» [<http://vk.com/picnicomsk>]. Дата доступа 12.09.2014.

Городской пикник: официальный сайт. [<http://2014.picnicomsk.ru>]. Дата доступа 12.09.2014.

Гройс Б. Публичное пространство: от пустоты к парадоксу. М.: Strelka Press, 2012.

Квят А.Г. «Все будет иначе»: городской пикник как гетеротопия // Вестник Томского государственного университета, 2014, 388, с. 65–75.

Квят А.Г. Кафе без еды, фастфуд как медиа, временный парк: поствиртуальность и город 3.0 в России // Вестник Волгоградского государственного университета, Сер.7. Философия. Социология и социальные технологии, 2014, 3 (23), с. 126–136.

Кропотов С.Л., Черняева Н.А. Предмет урбанистики, или о чем умалчивает градостроительная наука. 2006. [<http://www.geogr.msu.ru/cafedra/segzs/uchd/plan/New%20Cultural%20Geography.pdf>]. Дата доступа 12.09.2014.

Паченков О. Публичное пространство города перед лицом вызовов современности // Новое литературное обозрение, 2012, 5(117). [<http://www.nlobooks.ru/node/2638>]. Дата доступа 12.09.2014.

Фуко М. Другие пространства // Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью. М.: Праксис, 2006. Ч. 3. С. 191–204.

Breese E.B. Mapping the variety of public spheres, *Communication Theory*, 2011, vol. 21, No.2, pp. 130–149.

Certeau M. de. *The Practice of Everyday Life*. University of California Press, Berkeley, CA, 1984.

Dehaene M., De Cauter L. *Heterotopia and the city: Public space in a postcivil society*. London: Routledge, 2008.

Hou J. *Insurgent Public Space: Guerrilla Urbanism and the Remaking of Contemporary Cities*. London, New York: Routledge, 2010.

Lefebvre H. *The Production of Space*. Oxford: Blackwell, 1991.

Lofland L. *The public realm*. Transaction Publishers, 1998.

Ruiz Ruiz J. Sociologic discourse analysis: methods and logic. *Forum: Qualitative Social Research*, 2009, vol. 10, No.2. [<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1298/2882>]. Дата доступа 12.09.2014.

Приложение 1. Ссылки на блоги

[http://e_n_z.livejournal.com]. Дата доступа 12.09.2014.

[http://vera_cruiser.livejournal.com]. Дата доступа 12.09.2014.

[<http://avpupkoff.livejournal.com>]. Дата доступа 12.09.2014.

[<http://imaginarycity.livejournal.com>]. Дата доступа 12.09.2014.

[<http://omchanin.livejournal.com>]. Дата доступа 12.09.2014.

[<http://xam-vz.livejournal.com>]. Дата доступа 12.09.2014.

[<http://mike-bog.livejournal.com>]. Дата доступа 12.09.2014.

Приложение 2. Ссылки на публикации в СМИ

[http://omskpress.ru/news/34092/pervy_gorodskoy_piknik_posetili_tsyach_omichey].

Дата доступа 12.09.2014.

[<http://www.omsk.aif.ru/dosug/afisha/113959>]. Дата доступа 12.09.2014.

[http://www.omsk.aif.ru/society/society_transport/114741]. Дата доступа 12.09.2014.

[<http://www.omsk.aif.ru/dosug/afisha/114742>]. Дата доступа 12.09.2014.

[http://issuu.com/97660/docs/g7_21_small#]. Дата доступа 12.09.2014.

[<http://top55.info/news/newsid/13987/>]. Дата доступа 12.09.2014.

[<http://ria7.ru/3770>]. Дата доступа 12.09.2014.

[<http://kvnews.ru/gazeta/2013/sentyabr/34/65182=print>]. Дата доступа 12.09.2014.