

11. Стрижак, А.Л. Новые слова и их значения в современных газетных текстах / А.Л. Стрижак. – Гомель: Барк, 2012. – 177 с.
12. Федоров, М.А. Термин «лингвокультура» в аспекте теории культуры / М. А. Федоров // Вестник Бурятского государственного университета. – 2014. – № 6 (2). – С. 83–86.
13. Эбзеева, Ю.Н. Проблема переключения кодов и языковые контакты / Ю.Н. Эбзеева, Е.В. Тутова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – 2012. – № 3. – С. 138–142.

**РЕГЕНЕРАЦИЯ, БРЕНД И ТУРИЗМ
В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНЫХ МУЛЬТИКУЛЬТУРНЫХ РЕГИОНАХ
(СЕВЕРНАЯ АНГЛИЯ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ)**

Д. Н. Караваяева

Институт истории и археологии УрО РАН,
лаборатория междисциплинарных гуманитарных исследований,
ул. С. Ковалевской, 16, 10078, Екатеринбург, Российская Федерация
e-mail: dina.karavaeva@bk.ru

Статья посвящена исследованию основных направлений регионального брендинга, социокультурной и экономической регенерации (политика, реализация, общественные настроения) в бывшем промышленном монорегионе с исторически масштабной иммиграцией и «геттоизацией» – Северной Англии в Великобритании. Работа основана на историографических, политических, музейных, медийных источниках, а также полевых этнографических материалах.

Ключевые слова. Северная Англия, Великобритания, региональная/ локальная/ национальная идентичность, регенерация, постиндустриализм, мультикультурализм, региональный брендинг, бренд, туризм.

**REGENERATION, BRAND AND TOURISM
IN POSTINDUSTRIAL MULTICULTURAL REGIONS
(NORTHERN ENGLAND, UK)**

D. N. Karavaeva

Institute of History and Archaeology,
Ural Branch of Russian Academy of Sciences,
Kovalevskaya st. 16, 10078, Ekaterinburg, Russian Federation
e-mail: dina.karavaeva@bk.ru

The paper focuses on the research of the main directions of regional branding, socio-cultural and economic regeneration (policy, implementation, public discussions) in the former industrial monoregion with his-

torically large-scale immigration and “ghettoization” – Northern England in the UK. The work is based on historiographic, political, museum, media sources, as well as field ethnographic materials.

Key words: Northern England, UK, regional/local identity, regeneration, postindustrialism, multiculturalism, regional branding, brand, tourism.

Когда мы говорим о культуре или политике Англии в пределах Великобритании, в России принято иметь в виду Юго-Восточную Англию, а именно Лондон и предместья. Однако Англия является очень разноликой в культурном отношении территорией. Одной ее части, наиболее отличной от «иконического» стандарта – Северной Англии, – посвящена эта статья.

Региональный (северный) вариант национального, английского, имеет свои особенности, подчас делающие невозможным его сопоставление с «классическими» вариантами английскости. Здесь первостепенную роль играют такие факторы, как специфика развития региона Северная Англия и его локальных сообществ, разделение Севера и Юга, региональное брендингирование.

Регион Северная Англия относится к категории бывших индустриальных монорегионов. И если в XVII и XIX вв. маргинальный прежде Север превратился в экономически развитый регион, флагман индустриализма в Великобритании, то в XX в. он стал местом упадка, а также изменения своих прежних ролей после приватизации производства во времена правления М. Тэтчер в 1980-е гг. Отдельные попытки лейбористского и консервативного правительств в 1990–2000-е гг. создать условия для регенерации регионов путем развития сферы услуг, восстановления части или организации новых производств существенно не исправили положения дел. И сегодня эта промышленная вотчина рабочего класса превращается в постиндустриальный «зал ожидания». Опыт бывшего «промышленного гиганта» Северной Англии является примером сложного сочетания, с одной стороны, успехов в решении проблем кризиса постимперской и постиндустриальной идентичности, с другой – проявлений деструктивной ностальгии, расизма, имперского национализма, межэтнических конфликтов, преступности, социальной фрустрации, разрыва отлаженных производственных отношений и социальных связей. Общие тенденции развития британского общества 1940–1980-х гг. (мультикультурализм, феминизм, молодежная «революция») также сформировали специфический облик региональной северной культуры.

Исторически северные города и индустриальные регионы привлекали туристов своими достижениями. Примером является Манчестерская выставка искусств 1857 г., призванная продемонстрировать возможности региона в производстве предметов роскоши и быта. В условиях упадка производства конца XX в. новые стратегии туризма ставили задачей обеспечить возможность выживания.

Новый подход берет начало в 1950–60-х гг., когда в ответ на бурное послевоенное строительство и снос георгианских и викторианских зданий в обществе стали появляться волонтерские сообщества, призванные сохранить культурное наследие [6, с. 80–81]. Это сопровождалось ростом интереса к истории и культуре рабочего класса, а также к проблемам традиционного производства, что, в свою очередь, привело к возникновению туристического и исследовательского движения индустриальной археологии и росту музейного строительства. В это время Н. Торольд писал о «современном индустриализме», пронизывающем северные территории, и о наличии там множества памятников конца XVIII – начала XIX вв., «невероятно интересных, драматических и идиократических» [19]. В 1989 г. в популярном гиде заявлялось, что «туристические вкусы изменились и расширились, и сегодня туристы посещают индустриальные места и викторианские городские центры наряду с традиционными соборами, замками и живописными деревеньками» [14].

В 1980–2010-е гг. большинство городов Северной Англии использовали урбанистический туризм как средство экономического роста и городской регенерации: бывшие индустриальные здания переделывались под офисные и жилые помещения, торговые центры, помещения для музейных экспозиций, художественных галерей и пр. Результатом подобной «политики» стало создание, например, музейного комплекса Альберт-Док в Ливерпуле в 1984 г., Исторического музея причала Уигана в 1986 г., а также Парка индустриального наследия Кастлфилдса в Манчестере и Салфорде в 1982 г. – в него вошли музеи индустриальных и научных достижений и повседневности, памятники римского периода, телевизионные студии, модные бары и др.

Последовавшие реформы музейного самоуправления (музеи начали самостоятельно распоряжаться своими финансовыми и проектными делами и стали тяготеть к совмещению экспонирования, обучения, производства, маркетинга) и возможности частных фондов позволили еще больше развиваться городскому туризму. Были реализованы такие проекты, как Национальный центр стек-

ла в Сандерленде в 1998 г., Национальный центр народной музыки в Шеффилде в 1999 г., Научно-приключенческий центр Магна в Ротерхаме в 2000 г., Центр Лоури в 2001 г., Национальный музей футбола в 2001 г. в Престоне и в 2012 г. в Манчестере, Балтийская фрахтовая биржа в Гейтсхеде Ньюкасла в 2002 г. и т. д. К 2000 г. из 24 национальных музеев на Север было перенесено 14 [4, с. 12–16, 26].

Данные проекты оживили социальную атмосферу в городах, внесли вклад в преодоление депрессии, изменили культурный баланс «Юг – Север» в пользу последнего. Однако политика переноса музеев осуждалась основным («метропольным») культурным сообществом, и происходила некая маргинализация музеев. Развитие туризма не стало панацеей и от экономических проблем (Бредфорд, уделяющий развитию туризма большое внимание, остается на шестом месте списка наиболее депрессивных регионов в Англии и Уэльсе [8, с. 629–636]), хотя, возможно, дело в качественной реализации туристических стратегий и специфике различных территорий.

На Севере существуют различные интерпретации урбанистического наследия. Среди лидеров статусной иерархии городов к середине 1990-х гг. выделялись Манчестер и Лидс с развитой культурой клубов, баров и ресторанов, музыкальным движением, а также Ньюкасл с высокоорганизованной индустрией развлечений (в 2008 г. город даже боролся за статус европейской культурной столицы). О Ливерпуле в туристических гидах пишется как об увядающем промышленном городе, главной достопримечательностью которого является музей группы *The Beatles* [18]. После приобретения Ливерпулем статуса европейской культурной столицы в 2008 г. был построен ряд музеев и отреставрирована часть городских объектов на основании концепции актуализации индустриального наследия. В поддержку подобных инициатив было издано множество проектов, посвященных истории города, с акцентом на истории жизни обычных ливерпульцев (воспоминания, фотографии) [10, 13, 14]. Однако этот факт не воспринимается жителями города как символ новой идентичности: «Ну стали мы культурной столицей и получили деньги ЕС – это действительно, но и что? Мы все те же» [2].

Бредфорд оказался еще более неудачной площадкой для туристических инвестиций. В конце 1970-х гг. город столкнулся с экономическими трудностями, а также имиджевыми проблемами, связанными с сексуальным и детским насилием, расизмом и проблемами интеграции азиатских иммигрантов [16]. Частью политики регио-

нального брендинга стало проведение ряда акций, подчас лишь закрепляющих стереотипы: привлечение внимания к образам йоркширских сельских пустошей и мест, связанных с жизнью сестер Бронте, открытие Национального музея кино, фотографии и телевидения (1983), запуск индустриальной деревни Салтейер (одна из экспозиций которой получила статус мирового наследия ЮНЕСКО в 1991 г.), организация тура «Ароматы Индии» в рамках работы по интеграции азиатской общины [8, с. 629–636].

Север Англии в силу расположения здесь больших анклавов иммигрантов оказался в центре дебатов о мультикультурализме. Документальный проект «Сделать Бредфорд британским» (2012) телеканала *BBC 4* посвящен одному из самых разделенных в этническом и расовом отношении городов. Бредфорд на сегодня является частью массы государственных программ по мультикультурализму, экспериментальной площадкой для социальной деятельности множества общественных организаций, связанной с тем, что в городе компактно проживает большое количество иммигрантов из мусульманских территорий (например, кашмирцев) и регулярно происходят столкновения с английским коренным населением на расовой почве. Считается, что в Бредфорде проживает и значительная часть электората крайне правых. Кинопроект вызвал горячие дискуссии в обществе. Руководитель городского совета назвал происходящее «несправедливой картиной города» и заявил, что сегодня сообщество здесь гораздо более объединенное, тогда как выходцы из иммигрантских общин активно высказывались противоположным образом насчет расовой и этнической сегрегации в городе [11].

Олдем в Большом Манчестере является подобным примером сгустка иммиграционных и расовых проблем. Отчеты местных комиссий и полицейских служб по поводу беспорядков 2001 г., данные архива муниципального совета за 2001–2011 гг. и материалы полевых исследований подтверждают факт сильнейшей сегрегации в регионе, обусловленной рядом причин. Иммигранты из Пакистана и Бангладеш, прибывавшие сюда в 1960–1970 гг. в качестве рабочих ночных смен фабрик (куда местные жители не хотели идти работать), вместо того, чтобы ждать строительства муниципальных домов для своих семей, строили дешевое жилье в отдельных районах (где им разрешало правительство). Население росло за счет высокой рождаемости и иммиграции, и в результате возникли густонаселенные этнические «гетто». Затем, когда в 1980–90-х гг. фабрики

закрылись, иммигранты не смогли переселиться в другие места, поскольку уже привыкли к проживанию здесь, не имели другой квалификации и достаточных знаний языка (особенно жены рабочих, которых они привезли из своих стран). Эти дома никто не покупал из-за их некомфортности и близости к мусульманским общинам (несмотря на отдельные попытки городского совета модернизировать жилье) [3, 12].

Встретившаяся нам во время полевой работы в деревне Аппермил в районе Олдем пожилая англичанка заявила, что не узнает свою деревню и свою страну: церкви наводнены чуждыми ей мусульманами (они ассоциируются в ее представлениях с малолетней преступностью, наркотиками, хулиганством) [1]. Район Олдема Глодвик как раз является таким местом компактного проживания выходцев из других стран. По словам сопровождавшего нас британца бангладешского происхождения М. Чоудхари, «белые журналисты даже не рискуют сюда соваться». Во избежание межэтнических конфликтов и столкновений между представителями англичан и иммигрантов каждую пятницу и субботу летом 2012 г. в Олдеме огораживались улицы [3].

В СМИ в 1990–2000-е гг. публиковались различные материалы с саркастическими оценками туристических и культурных претензий Бредфорда. Например, в 1999 г., когда был объявлен конкурс на культурную столицу Европы, Observer напечатал материал с ироничным заголовком «Культура? На это есть Париж, Венеция и... Бредфорд». В статье были опубликованы фото, созданные Советом Бредфорда в рамках рекламной кампании, где мэр позировал в дорожном кафе за порцией черного пудинга (традиционное северное блюдо), из одежды на нем была красный галстук-бабочка, и перед собой он держал в руке с отставленным в сторону мизинцем чашку чая. Подчеркивалось, что подобное является примером северной пародии на самое себя (отсылка к Северу, подражающему Югу) [5]. Таким образом, город в отношении брендинга обречен на неудачу, т. к. в попытках отказаться от старых образов и создать новые он обращается к давно существующим и обросшим различными коннотациями. Из-за страха оказаться в поле зрения всех таблоидов, Бредфорд в 2002 г. для этого же конкурса не смог сформировать шорт-лист своих культурных символов [15, с. 66].

Работа Р. Хьюисона «Индустрия наследия» открыла полемику 1980–90-х гг. относительно жизнеспособности проектов по актуализации индустриального культурного наследия. Автор упрекает брен-

дмейкеров в создании экономически выгодных образов, имеющих мало общего с исторической реальностью и не обеспечивающих условий для трезвой оценки реальной ситуации и преодоления проблем. Автора беспокоили и объемы трат на создание новых центров, впоследствии себя не оправдывающих [7]. Убедительность аргументов и волна подобных выступлений посеяли тревогу в рядах сообщества, занимающегося актуализацией наследия [9]. Беспокойство общества вызывает и тот факт, что при широком распространении глобализирующей потребительской культуры разделение Севера и Юга «предстает очередным старым британским мифом» [17, с. 138–139]. И действительно, туристические стратегии актуализируют зачастую не собственно «северное» наследие. Примером является Музей кино, фотографии и телевидения Бредфорда: его могли расположить где угодно в Британии, ведь презентует он мировые феномены. Успех Манчестера и Лидса как городов с лучшими кафе, барами и клубами также основывается на мировом феномене клубной культуры.

Итак, на протяжении последних десятилетий Север и отдельные его субрегионы с помощью туристических стратегий пытаются разрешить проблему деиндустриализации и кризиса региональной идентичности. Жизнеспособность и перспективы развития туризма Севера вызывают споры среди общественности. Туризм помогает преодолеть регионам ряд деструктивных тенденций в само- и внешнем восприятии, но в то же время закрепляет негативные стереотипы, что разрушительно сказывается на культурном климате региона. Региональное распределение сил на сегодня таково, что Север остается периферийной территорией. Общественность Севера склонна считать, что альтернативой Югу в туристическом отношении могут стать такие области культуры, как язык, литература, музыка, развлекательная телевизионная культура и спорт. Дискурс идентичности в данных областях открывает широкие перспективы для развития культурного регионализма.

Литература

1. Полевые материалы экспедиции автора в Аппермил, графство Большой Манчестер, регион Северо-Западная Англия, июль 2012 г. (информанты: пенсионерка Д. Робертсон, 1919 г.р.) // Архив ИИиА УрО РАН. Ф1. А1. 35.
2. Полевые материалы экспедиции автора в Ливерпуль, графство Мерсисайд, регион Северо-Западная Англия, июль 2012 г. (информант: исполнитель танцев Морриса Д. Кларк 1978 г.р.) // Архив ИИиА УрО РАН. Ф1. А1. 36.

3. Полевые материалы экспедиции автора в Олдем, графство Большой Манчестер, регион Северо-Западная Англия, июль 2012 г. (информанты: домохозяйка, жена выходца из бангладешской общины Дж. Хопкинс 1982 г.р., выходец из бангладешской общины М. Чоудхари (Musa Chowdhury) 1979 г.р. // Архив ИИИА УрО РАН. Ф1. А1. 33.
4. Babbidge, A. UK Museums: Safe and Sound? / A. Babbidge // *Cultural Trends*. – 2000. – Issue 10 (37). – P. 1–35.
5. *Bradford Telegraph and Argus*. – 1999. – 25 August.
6. Gibbons, G. Yorkshire. Britain's Biggest Country / G. Gibbons. – L.: Geographia Ltd, 1969. – 128 p.
7. Hewison, R. The Heritage Industry. Britain in a Climate of Decline / R. Hewison. – L.: Methuen, 1987. – 160 p.
8. Hope, C.A. Tourism and Difficult Areas Revisited: the Case of Bradford / C.A. Hope, M.S. Klemm // *Tourism Management*. – 2001. – № 22. – P. 629–636.
9. Howard, P. Heritage: Management, Interpretation, Identity / P. Howard. – L.: Continuum-3PL, 2002. – 292 p.
10. Leeson, P. Goodbye Scottie Road. The Photography of Peter Leeson / P. Leeson. – L.: Continuum-3PL, 2008. – 120 p.
11. Make Bradford British Documentary is “Unfair Image” of City [Electronic resource] // *BBC News*. – Mode of access: <http://www.bbc.co.uk/news/uk-england-leeds-17211995>. – Date of access: 11.04.2019.
12. Oldham Beyond: a Vision for the Borough. A Report for Oldham Local Strategic Partnership and Northwest. – Manchester: Northwest Development Agency, 2004. – 56 p.
13. Our Liverpool: Memories of Life in Disappearing Britain / J.P. Dudgeon (ed.). – L.: Headline Publishing Group, 2010. – 416 p.
14. Ousby, I. Blue Guide. England / I. Ousby. – L.: A&C Black, 1995. – 822 p.
15. Russell, D. Selling Bradford: Tourism and Northern Image in the Late Twentieth Century / D. Russell // *Contemporary British History*. – 2003. – № 2. – Vol. 17. – P. 49–68.
16. Schmid, S. Exploring Multiculturalism: Bradford Jews and Pakistanis / S. Schmid // *Journal of British Culture*. – 1997. – Issue 4. 1–2. – P. 163–169.
17. Taylor, P.J. Which Britain? Which England? Which North? / P.J. Taylor // *British Cultural Studies* / D. Morley, K. Robbins (eds.). – Oxford: Oxford University Press, 2001. – P. 127–144.
18. *The Rough Guide to England 8* / R. Andrews, J. Brown, Ph. Lee, R. Humphreys (eds.). – NY: Rough Guides, 2008. – 992 p.
19. Thorold, H. County Durham. Shell Guide / H. Thorold. – L.: Faber and Faber, 1980. – 192 p.
20. Trevor, P. You've Never Been Away / P. Trevor. – L.: Bluecoat Press, 2008. – 112 p.