



Анна Степнова

ЧИСТОЙ ВОДЫ ИСКУССТВО

**ВОДОКАНАЛ КАК ИСТОЧНИК
ВДОХНОВЕНИЯ**

Анна Степнова

**Чистой воды искусство. Водоканал
как источник вдохновения**

«Издательские решения»

Степнова А.

Чистой воды искусство. Водоканал как источник вдохновения /
А. Степнова — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-500490-1

Стрит-арт и паблик-арт, театр и кино — все, что Музей историй чистой воды «Фильтры» делает вместе с художниками, горожанами, это глобальный проект «Чистой воды искусство». Как сделать корпоративный музей, каких в России тысячи, притягательным для горожан? Рассказ о музейных событиях включает пошаговое руководство для тех, кто хочет поставить документальный спектакль со своим коллективом. Книга написана в рамках проекта «Коммунальный вербатим», поддержанного Фондом президентских грантов.

ISBN 978-5-00-500490-1

© Степнова А.
© Издательские решения

Содержание

Из водоканала	7
Тайные смыслы Царицынской водокачки	7
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Чистой воды искусство Водоканал как источник вдохновения

Анна Степнова

*Ведь в мире я – как капля водяная,
Что в океане хочет отыскать
Другую каплю и в попытках этих,
Незримая, теряется сама.*

Уильям Шекспир

© Анна Степнова, 2019

ISBN 978-5-0050-0490-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Музей истории чистой воды «Фильтры» приглашает вас заглянуть за ограду одного из крупнейших предприятий Волгограда – водоканала. И не просто заглянуть. Сегодня мы увидим, что бетонный забор с тремя рядами колючки по верху может быть прозрачным. Мы пройдем сквозь стену – стену стереотипов и недоверия, которая стоит между рабочими коммунальной отрасли и пользующимися их трудами горожанами.

Эта книга состоит из двух частей, которые вы можете читать в удобном для вас порядке. В первой части мы расскажем о том, откуда у музея такое длинное название и как корпоративный музей стал тем, чем он стал. А чем? Собрав самые любимые свои проекты вместе, мы можем смело сказать: наш музей – центр социокультурных инноваций. Используя, трансформируя мировой опыт, музей создает прецеденты для города, которому служит. Стрит-арт и паблик-арт, театр и кино – все эти проекты соучастия, сотворчества с художниками, горожанами объединяются в один глобальный и бессрочный проект «Чистой воды искусство».

Во второй части мы расскажем о проекте «Коммунальный вербатим»: чем он хорош и в чем подводные камни. Документальный театр, вербатим (*латинское verbatim – дословно*), – не такая уж и новая идея, но она нова как форма работы с сообществом, которое в последние десятилетия выпало из поля зрения даже социологов и обществоведов: трудовым коллективом. Раньше с ним была связана значительная часть активности человека и гражданина, ведь здесь происходит не только профессиональная, но и социальная самореализация.

Коллектив – это самое высокоорганизованное сообщество: оно успешно справляется со своими задачами, имеет высокую мораль и хорошие человеческие отношения, а его способность к творчеству дает людям больше, чем те же люди по отдельности. Мы предлагаем свой опыт работы с коллективом и его нравственными нормами в свободной от диктата и дидактизма форме.

Импортированные технологии управления персоналом, коучинга и KPI основаны на личной эффективности. А что же наши коллективистские традиции? У нас-то на миру и смерть красна. И подвиг является одной из самых очевидных и признаваемых ценностей. Это проявляется в том числе и в любви к авраам. Планомерная и методичная работа выматывает, а вот рывок накануне решающего дня (или ночи) дает чувство удовлетворения от хорошо сделанной работы. Особенно, если работа была командная. Забыты обиды и взаимные претензии, команда испытывает воодушевление от единения, обязанности не делятся на свои и чужие... Длится это недолго, после можно с чистой совестью впасть в анабиоз до следующего вдохновляющего шанса совершить трудовой подвиг. Какие уж тут KPI?

По сути коллектив – это сумма этических норм, общее понимание нравственности. Но кто у нас работает с этими ценностями? Как к ним обращаются корпоративные музеи, число которых в России превышает 2,5 тысячи (больше, чем муниципальных, региональных и федеральных)? Как правило, корпоративный музей работает в первую очередь с технологией, во вторую – с историей предприятия, а традиции коллектива остаются на периферии интересов и музея, и корпорации. Даже если желание есть, как его реализовать – непонятно.

Мешает и представление о том, что музей – это хранилище, склад ценных вещей. Нам часто предъявляют как нарушение некоей конвенции: вы уже не музей, вы театр. После ваших проектов в музее не прибавляется единиц хранения. Разве можно сдать в музей отношения в коллективе? Ответим вопросом на вопрос: а разве отношения между людьми не заслуживают того, чтобы их изучали, фиксировали и сохраняли? Музей нужен не только для того, чтобы хранить старое, но и для того, чтобы фиксировать современность. И это, конечно, не только почетные грамоты и кубки, предметы и документы, свидетельствующие о достижениях. Пусть документом, единицей хранения для музея будет видеозапись спектакля, в котором люди рассказывают о себе, о своей работе, о сегодняшнем дне.

Наш вербатим называется «Водоканал дословно», так как поставлен с коллективом городского водоканала. Кто мы, какие мы, что нас радует, что тревожит, что мы любим, во что верим? На эти вопросы отвечали рабочие, специалисты, руководители разного возраста и пола. И сам принцип вербатима мы довели до предела: в проекте не было актеров. Люди, выходявшие на сцену, не играли роли, они показали себя. Кому-то из них было страшно, кто-то стеснялся, а кто-то был в восторге, – они все разные, но все настоящие. Драматургический сценарий, музыкальное оформление, театральный свет, вкрапления концертных номеров сделали это действо динамичным.

В этом издании мы описываем свой опыт, чтобы помочь всем желающим его повторить. Кому-то – вдохновиться идеей, кому-то – не повторить наших ошибок. Использовать наш опыт могут не только корпоративные музеи. Это могут быть советы молодых специалистов или ветеранов, профсоюзные комитеты предприятий, любые инициативные группы, словом, все, кто захочет пройти этот увлекательный путь творчества и самопознания.

Из водоканала с любовью

Тайные смыслы Царицынской водокачки

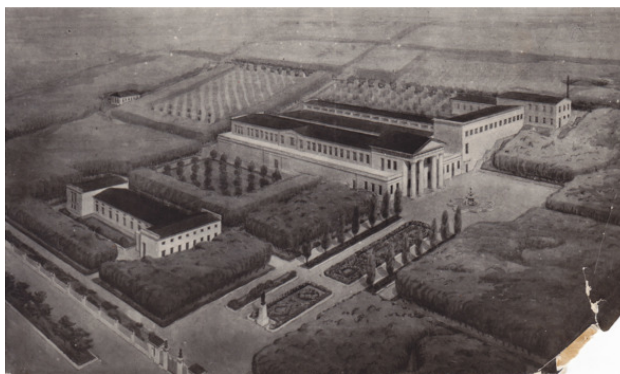
Коммунальное хозяйство в России сильно недооценено как источник социокультурных ресурсов, смыслов и инноваций. Начиная с XIX века, когда распространение технологий сделало доступным сначала водопровод, а за ним и другие отрасли ЖКХ в его современном понимании, строительство объектов коммунальной инфраструктуры стало знаком престижа для городской власти. Даже такая утилитарно-примитивная вещь, как водонапорная башня, своим размером показывала численность и богатство населения, а дизайном – амбиции знати. Выведенные из эксплуатации здания и сооружения водоканальной инфраструктуры продолжают служить и радовать: в них размещают музеи и галереи, центры для местных сообществ и даже жилье. Париж и Прага, Стамбул и Лондон, Буэнос-Айрес и Сеул, сотни или даже тысячи городов и городков мира бережно сохраняют свои водокачки и канализационные коллекторы, изобретают им новое назначение и реализуют порой весьма остроумные методы приспособления под новые требования к комфорту и безопасности.

В Волгограде, сохранившем не так уж много зданий дореволюционного периода, первая царицынская водокачка 1890-го и первая котельная 1914-го – это прекрасные образцы архитектуры того времени, когда сам факт наличия коммунального хозяйства был гордостью города.



Эта гордость сохранялась до середины 1950-х годов.

В 1926 году Совет Труда и Оборона принял решение о строительстве в Сталинграде единого водопровода (ныне это водоочистные сооружения «Северные» в Тракторозаводском районе). Главное здание этой крупнейшей в городе фабрики питьевой воды построено в том же стиле, что и театры, и дома культуры.



Комплекс Северного водопровода по замыслу должен был стать одним из самых красивых в Сталинграде. И хотя многое при строительстве упростили и удешевили, главное здание построили именно таким, как в проекте, с колоннами.

При строительстве новой сталинградской набережной в 1950-х краснокирпичное здание царицынской водоканчки было накрыто «колпаком» в стиле сталинского ампира. У здания теперь два парадных фасада с портиком и колоннами. Один обращен к Волге, другой к городу. Здание должно радовать и горожан, и туристов, а потому повторяет очертания и стиль расположенного немного выше здания музыкального театра.

Эти архитектурные излишества – не от избытка денег или фантазии. Внешний вид коммунальных объектов подчеркивает ту роль, которую они играли в жизни горожан. Например, до запуска единого водопровода Сталинград занимал первое место в СССР по смертности от инфекционных заболеваний, связанных с плохой питьевой водой. Развитие коммунальной инфраструктуры всегда отставало от потребностей города, но ввод в строй каждого нового объекта давал резкий рост качества жизни.

Дорогая в строительстве и сложная в эксплуатации коммунальная инфраструктура является продуктом общего согласия. Согласие нужно и по поводу способа финансирования, и по выбору технологий, и подходам к окупаемости. Водопровод – это антитеза войне, поскольку подразумевает непрерывное течение мирной жизни. Когда разрушается согласие – водопровод останавливается. Так было в 1918 году, когда подрывная команда уходящей из красного Царицына Донской армии взорвала водоканчку. Так было в 1942-м, когда фашисты заняли резервуары чистой воды на высоте 102, которую мы теперь знаем как Мамаев курган, спустили воду и превратили баки в огневую точку. Чтобы выбить их оттуда, резервуары пришлось раздолбить ударами и с земли, и с воздуха.

На полотне панорамы «Сталинградская битва» единственное отчетливо прорисованное сооружение – это разрушенный резервуар городского водопровода. Не видно ни дома Павлова, ни элеватора, вообще никаких знаковых сооружений, – только то, что уцелело от водопровода. И для авторов этого полотна, и для тех, кто делал предыдущие версии панорамы, этот символизм был совершенно очевиден.



Единственное архитектурное сооружение на полотне панорамы – водобак, резервуар городского водопровода.

Для современного горожанина он то ли размыт, то ли вовсе утрачен, но возрождать его самим коммунальщикам некогда и не на что. А надо. Третье разрушение коммунальной инфраструктуры, которое пришлось на 1980-90-е годы, было вызвано уже не боевыми действиями, а неумелым или хищническим хозяйствованием. Местные власти рассматривают коммунальные МУПы как свои кошельки и источник бесплатной рабочей силы. Их передача в частные руки случалась неоднократно, но ничего хорошего не приносила: выкачав то, что смогли, частники возвращали инфраструктуру городу. А тем временем сети ветшали, оборудование устаревало, технологии обрастали мхом. У горожан накоплено множество претензий и негативных ожиданий. Даже с простым вопросом они обращаются к коммунальщикам уже заряженными на скандал. Горожан нетрудно понять: опыт подсказывает, что за каждым декларируемым улучшением стоит чей-то меркантильный интерес. Очень трудно оценить реальные усилия и отделить их от имитации бурной деятельности.

Есть и еще один аспект. В Волгограде тема военного подвига настолько активно поддерживается, настолько мощно этот социокультурный ресурс внедрен в повседневность, что город начал терять ощущение своей телесности. На первый взгляд в истории города и нет примеров развития с опорой на собственные силы, за счёт внутренних ресурсов.

Царицын стал русским Чикаго, когда построили железную дорогу. Одно только строительство увеличило население уездного городка в разы. Индустриализация 1920-30-х – снова грандиозные стройки и мощный приток населения. Восстановление города после Сталинградской битвы – тысячи людей со всей страны. За этими железными потоками не видны усилия тех, кто в любых условиях продолжал поддерживать хозяйство города, следил за его чистотой и здоровьем.

Город забыл и о самом мощном волонтерском движении XX века, родившемся на руинах Сталинграда, – Черкасовском. Движение названо по имени женщины, ставшей его лицом, – Александры Черкасовой, воспитательницы детского сада, которая в июне 1943 года вместе с подругами вышла разбирать завалы в разрушенном городе. Это движение – люди после работы выходили на вторую смену – охватило все пострадавшие от войны города СССР. Но сегодня о них не помнят даже здесь. Волгоград ждет чуда, которое позволит внезапно сделать город комфортным и красивым, а его хозяйство – современным и надежным.

В этих условиях компания «Концессии водоснабжения», которая с 2015 года управляет городским водоканалом Волгограда на основе концессионного соглашения, занимается модернизацией городского водопроводно-канализационного хозяйства. Концессии как механизм отличаются от других форм допуска частного оператора на этот рынок тем, что право собственности не переходит в частные руки, а все построенное в рамках концессионного соглашения становится собственностью концедента – то есть города.

Будучи публичной компанией и привлекая инвестиционные ресурсы на открытом рынке, концессионер должен учитывать два почти взаимоисключающих фактора. С одной стороны, это готовность горожан к скандалу, а с другой – интересы инвестора, который точно знает, что деньги любят тишину. Есть и третий фактор: в своих расходах компания не свободна. Как тарифная ресурсоснабжающая организация «Концессии» не имеют ни юридической, ни этической возможности тратить поступающие от горожан деньги на благотворительные и социокультурные проекты.

Зато есть другие ресурсы: преданный своему делу коллектив водоканала с умельцами на все руки, а также неимоверно притягательная инфраструктура производства питьевой воды и очистки стоков. В плюс запишем и современный менеджмент, по определению открытый для инноваций, поскольку и сам концессионный проект – новаторский, почти пионерский. Значит, предприятию нужен партнер, который станет связующим звеном между ним – и горожанами. И нужна точка отсчета, платформа для диалога.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.