

Иван Митин,

кандидат географических наук,
старший научный сотрудник сектора
гуманитарной географии
Российского НИИ культурного и
природного наследия
им. Д.С. Лихачева, действительный член
Русского географического общества,
Москва,
imitin@tut.by,
<http://imitin.at.tut.by>

**Ivan Mitin,**

Candidate of geographical sciences,
Senior scientific worker of
Humanitarian Geography Sector,
Russian Research Institute for
Cultural and Natural Heritage,
Full member of Russian
Geographical Society,
Moscow
imitin@tut.by,
<http://imitin.at.tut.by>

В качестве подзаголовка к статье автор хотел бы вынести девиз, под которым выходит мало кому известная газета для учителей-предметников «География» — «Без географии Вы нигде». Идея, заложенная в этом эпатирующем словосочетании, в результате глобализации впервые оказывается поставленной под сомнение. Автор предлагает переосмыслить ее и выразить гуманитарно-географическим языком. Итак, как пространственные мифы создают места и конструируют идентичности?

Основные исследовательские вопросы настоящей статьи таковы. Что такое место, и как пространство «обзаводится» местами. Как место «живет» или как новые и новые значения оказываются закрепленными за одной и той же материальной географической точкой? Наконец, что же все эти академические эскерсисы означают для реальных горожан и повседневной жизни?

Простой тезис о том, что *все вокруг имеет место*, а значит, может изучаться географически, послужил основным сти-

муществом существования и развития *гуманитарной географии* в России как науки о всевозможных представлениях о реальном пространстве. С помощью гуманитарной географии мы переходим с уровня реальных наблюдаемых («материальных») объектов на уровень представлений о них, не меняя при этом давно разработанных в географии способов работы со взаимными конфигурациями, (со)отношениями географических объектов.

Однако в последние десятилетия именно тезис о всеобщей «уместности»,

Место как палимпсест

Тема номера / Issue Subject

Place as Palimpsest

As a subtitle the author would like to offer a slogan of a little-known journal for teachers of geography: 'You are nowhere without geography'. The idea of this shocking word combination has been doubted during last decades as a result of globalization. That is why the author wants to think over this idea, to express it with means of humanitarian geographical language. How do the spatial myths create places and construct identities?

The main research questions are the following. What is a place? What is the way the space gets the place? How does the place exist or how are the new meanings attached to one and the same geographical point? And finally, what do these academic exercises mean for real citizens and everyday life?

Simple thesis that *everything around has its place* and, therefore, can be studied geographically, has given incentive to existence and development of *humanitarian geography* as a science of ideas of real space of every kind. With the help of humanitarian geography we come from the

level of real observed (material) objects to the level of ideas of them at the same time not changing developed ways of work with reciprocal configurations, relations between geographical objects.

But thesis about universal '*placeness*' has been doubted for the last decades.¹ Nowadays the concept of 'placelessness' became brighter and clearer: in the globalizing and universalising world *places* may disappear — of course, if we treat place as something inevitably connected with *definite human*

¹ Western cultural geography knows well E. Relph's work. See: Relph E. Place and placelessness. L.: Pion Ltd., 1976.

как ни парадоксально, *поставлен под сомнение*¹. В современных условиях концепт «безместья» стал только ярче и понятней: в условиях глобализирующегося и универсализирующегося мира *мест* может и не остаться — если, разумеется, говорить о месте как о чем-то сопряженном с *определённым человеческим значением*, будь то местная идентичность, туристский образ или иное представление. Нет, *какое-нибудь* значение, наверное, всегда остается, другое дело, что все более и более приходится говорить о *размытии уникальности каждого места*. Не останавливаясь более на категории «безместья»², переходим собственно к обоснованию *мифогеографического*

¹ В западной культурной географии хорошо известна книга Э. Релфа «Место и безместье» (Ralph E. Place and placelessness. L.: Pion Ltd., 1976).

² Теме «безместья» посвящен уже ряд обстоятельных обзоров. См., например: Arefi M. Non-place and placelessness as narratives of loss: Rethinking the notion of place // Journal of Urban Design. 1999. Vol. 4. No. 2. p. 179-193.

подхода к конструированию и поддержанию уникальности мест.

«Место» с большой буквы

1970-е годы ознаменовались в англо-американской *культурной географии* возникновением двух важных для нашей темы тенденций: появлением «новой культурной географии» и становлением на стыке ряда географических дисциплин *«гуманистической географии»*.

Новая культурная география критикует классические культурно-географические подходы К. Зауэра за то, что они «фокусировали свои исследования на материальных артефактах, создавая любопытный и фундаментальный «объектный фетишизм» из домов, сараев, заборов и заправочных станций»³. Представление ландшафта через осмысление, означивание, символизацию ста-

³ Price M., Lewis M. The reinvention of cultural geography // Annals of the Association of American Geographers. 1993. Vol. 83. No. 1. p. 3.

новится впоследствии ключевым элементом трансформации понятия культурного ландшафта. «*Символические качества ландшафтов* — те, что создают социальные значения — оказываются в фокусе исследований»⁴. Такой подход видоизменяет не только собственно понимание культурного ландшафта, но и понимание *места* вообще — он открывает пути исследований «*конструирования места*».

В результате в культурной географии к 1980-1990-м гг. возникает понимание «ландшафта как текста», который можно «читать», при этом в основе метафоры «ландшафт как текст» лежит понимание текста как совокупности знаков и значений.

Параллельно возникает *гуманистическая география*, которая изучает *понимание* человеком окружающего его пространства. Ее задача — описать, как опыт, знания и эмоциональное

⁴ Cosgrove D., Jackson P. New directions in cultural geography // Area. 1987. Vol. 19. No. 2. p. 96.

Представление ландшафта через осмысление, означивание, символизацию становится ключевым элементом и открывает пути «конструирования места».

Presentation of landscape through comprehension, definition, symbolization becomes a key element and opens ways to 'place construction'.

meaning, either local identity, tourist image or other representation. *Some* meaning remains anyhow, but we have to speak more and more about *washing out of uniqueness of every place*. Leaving the notion of 'placelessness'² we come to the bases of *mythogeographical* approach to construction and sustenance of uniqueness of places.

'Place' with a Capital Letter

1970s were marked in Anglo-American cultural geography by appearance of two relevant for our topic tendencies: appearance of 'new *cultural geography*' and formation of '*humanistic geography*' at the turn of several geographic disciplines.

New cultural geography criticize classical cultural and geographical approaches of Sauer for 'focusing researches

on material artefacts, creating interesting and fundamental 'object fetishism' out of houses, sheds, fences and filling stations.'³ Presentation of landscape through comprehension, definition, symbolization becomes a key element in transformation of notion 'cultural landscape'. '*Symbolic qualities of landscapes* — those that create social meanings — find themselves in the focus of research.'⁴ Such approach changes proper understanding of cultural landscape as well as understanding of a place in general — it opens ways to study 'place construction'.

A notion of 'a landscape as a text' that can be 'read' appeared as a result in cultural geography by 1980-1990, at the same time idea of 'a landscape as a text' metaphor includes understanding of a text as a unity of signs and meanings.

³ Price M., Lewis M. The reinvention of cultural geography - in: Annals of the Association of American Geographers. 1993. Vol. 83. No. 1. p. 3.

⁴ Cosgrove D., Jackson P. New directions in cultural geography // Area. 1987. Vol. 19. No. 2. p. 96.

Along with it a notion of *humanistic geography* that studies *understanding* of environment by a person appears. It aims to describe the way experience, knowledge and emotional state determine human behaviour in the space ('living world') and his understanding of this world. It focuses on a person and his feelings, thoughts and his emotional experience concerning surrounding objects.⁵ At the same time interpretations of humanistic geography are more and more different: from Marxist to postmodern ones. Anyway, humanistic geography according to Tuan Yi-Fu treats studying place as a special sort of art coming from the fact that interpretation is at the centre of attention: '*Geography is always an interpretation of the given world*'.⁶

Interpretative approach of hermeneutics to the place together with formation of

⁵ Tuan Yi-Fu. Humanistic geography — in: Annals of the Association of American Geographers. 1976. Vol. 66. No. 2. pp.266-276.

⁶ Megeauer R. Concerning regional geography as a hermeneutical discipline // Geographische Zeitschrift. 1981. Jg. 69. Heft 1. p. 64.

² A number of thorough reviews are devoted to the notion of 'placelessness'. See: Arefi M. Non-place and placelessness as narratives of loss: Rethinking the notion of place — in: Journal of Urban Design. 1999. Vol. 4. No. 2. pp.179-193.

состояние человека определяют его поведение в пространстве («жизненном мире») и понимание им этого мира. В центре внимания гуманистической географии — человек и его чувства, мысли и переживания по поводу окружающих объектов⁵. Трактовки гуманистической географии при этом со временем все более разнятся: от марксистской до постмодернистской. В любом случае, к изучению места гуманистическая география, по И-Фу Туану, подходит как к особого рода искусству, исходя из того, что в центре внимания герменевтической региональной географии лежит *интерпретация*: «География есть всегда интерпретация данного нам мира»⁶.

Интерпретативный подход герменевтики к месту вместе со становлением символической трактовки культурного

⁵ См. Tuan Yi-Fu. Humanistic geography // Annals of the Association of American Geographers. 1976. Vol. 66. No. 2. p. 266-276.

⁶ Megeauer R. Concerning regional geography as a hermeneutic discipline // Geographische Zeitschrift. 1981. Jg. 69. Heft 1. p. 64.

ландшафта находит развитие в гуманистической географии в становлении самой *категории* места⁷. Это больше не «проходное» слово, даже не претендующее на «статус» термина — это именно полноценный термин, становящийся, наконец, предметом специальной теоретической концептуализации. Образно говоря, это *место с большой буквы*.

Понятие места расширяется от визуального, материального — к социальному, «очеловеченному», семиологическому (знаковому): «Пространство трансформируется в место, как только получает определение и значение»⁸.

Здесь важно выделить два аспекта, помогающие определить, что такое место. Во-первых, *пространство*, будучи наделенным значением (прежде всего,

⁷ См. фундаментальную работу Н. Энтрикина: Entrikin J.N. The betweenness of place. Towards a geography of modernity. Houndmills. — L.: MacMillan Education Ltd., 1991.

⁸ Tuan Yi-Fu. Space and Place. The Perspective of Experience. 9th ed. Minneapolis. — L.: University of Minnesota Press, 2002. p. 136.

Место как палимпсест

Тема номера / Issue Subject

Place as Palimpsest

symbolical interpretation of cultural landscape develops in humanistic geography while establishing the proper *category* of a place.⁷ It is not a passing word any more, it does not have claims to get a status of *term* — it is a full-value term that becomes a subject of specific theoretical conceptualisation. Figuratively speaking, this is a *place with a capital letter*.

The notion of the place widens from visual, material to social, 'personified', semiological (sign): 'The space transforms into place as soon as it acquires definition and meaning.'⁸

It is very important to define two aspects that help to understand what place is. Firstly, space, endowed with meaning (first of all social) turns into place. Secondly, *place is constructed by*

⁷ Entrikin J.N. The betweenness of place. Towards a geography of modernity. Houndmills — L.: MacMillan Education Ltd., 1991.

⁸ Tuan Yi-Fu. Space and Place. The Perspective of Experience. 9th ed. Minneapolis — L.: University of Minnesota Press, 2002. p. 136.

a person with a help of definition: 'To make place is to surround a locality with human meaning.'⁹ Thus, *the place is a part of the space that possesses multiple meanings*. Humanitarian geography focuses on the process of giving meanings to material space, the process that creates places in every point, and as a result, integral non-material spaces (perceived, imagined and, finally, social).¹⁰

Semiosis And Palimpsest¹¹

There are dozens of ways to describe the way a part of geographical *territory*

⁹ Jeans D.N. Some literary examples of humanistic descriptions of place — in: Australian geographer. 1979. Vol. 14. No. 4. p. 209.

¹⁰ Mitin I., Seresova U., Aleksin U. Image of city space // Russia: imagining space/space of imagination (Humanitarian Geography: Scientific almanac. Special edition)/Edited by I. Mitin; Done by I. Mitin, D. Zamyatin. M.: Agraph, 2009 (in press).

¹¹ Palimpsest (from Greek *palin* — 'again', *psaio* — 'scrape, rub') — a manuscript written over a washed away or scraped. In foreign geography palimpsest is a metaphor presenting landscape as a multi-layer structure that consists of elements which appeared at different time and have different state of integrity.

социальным), обращается в место. Во-вторых, место конструируется человеком посредством означивания: «Создать (to make) место, значит окружить локальность человеческим значением»⁹. Итак, место — это часть пространства, наделенная человеком множественными значениями. При этом для гуманитарной географии важен именно процесс надления материального пространства значениями, создающий в каждой его точке места, а в конечном итоге, целостные нематериальные пространства (воспринимаемые, воображаемые и, наконец, социальные)¹⁰.

⁹ Jeans D.N. Some literary examples of humanistic descriptions of place//Australian geographer. 1979. Vol. 14. No. 4.

¹⁰ См. подробнее: Митин И.И., Сересова У.И. Алексин: воображение пространства города//Россия: воображение пространства/пространство воображения (Гуманитарная география: Научный и культурно-просветительский альманах. Специальный выпуск)/Отв. ред. И.И. Митин; Сост. Д.Н. Замятин, И.И. Митин. — М.: Граф, 2009 (в печати).

Семиозис и палимпсест¹¹

Можно, наверное, десятками способов описать, как участок географической территории обретает социальное значение, но надежней всего, на наш взгляд, сделать это семиотически.

Ролан Барт, теоретик современной мифологии, показывает, как миф создается из исходного высказывания за счет надления его новым значением, превращения исходного смысла в форму и появления нового смысла. При этом подобный процесс означивания может повторяться бесконечное число раз — он-то и получил название семиозиса¹².

¹¹ Палимпсест (от греч. palin — «снова», psao — «скоблю, стираю») — это рукопись, написанная поверх смытого или соскобленного текста. В зарубежной географии палимпсест — это метафора, представляющая ландшафт как многослойную структуру, состоящую из элементов, имеющих различное время возникновения и степень сохранности.

¹² См. Барт Р. Мифологии/Пер. с франц., вступ. ст. и коммент. С.Н. Зенкина. — М.: Изд-во им. Сахарникова, 2000.

В географии в качестве исходной семиологической системы мы принимаем пространство, участок которого наделяется человеческим значением, становится местом, а затем уже это место наделяется новыми и новыми смыслами. Эти новые значения — особого рода устойчивые представления о месте — целесообразно называть пространственными мифами, чтобы подчеркнуть сам процесс их конструирования посредством семиозиса.

Что при этом происходит с каждым конкретным местом? Оно превращается из однослойного материального ландшафта в совокупность множества автономных пластов, обладающих вариативной иерархией. Каждый из пластов — это, во-первых, система материальных элементов; во-вторых, одна из географических характеристик места; в-третьих, некоторые (их бесконечное множество!) пространственные представления (географические образы, пространственные мифы или другие). Источники множественности пластов

acquires social meaning, but we consider a *semiotic one* to be the most trustworthy.

Roland Barthes, a modern mythology theorist, describes the way a myth is created from initial utterance with the help of giving it a new meaning, transformation of initial meaning into a form and appearance of a new meaning. Such process of definition can repeat endlessly — it was called semiosis.¹²

In geography we take space as an initial semiological system, the space a part of which gets human meaning, becomes a place and then this place gets new meanings. It is sensible to call these new meanings — *sort of settled ideas of a place — spatial myths* to underline the process of constructing them with a help of semiosis.

What happens with *every concrete place*? It turns from one-layer material landscape into the *whole set of numbers of autonomous layers that possesses various*

hierarchy. Each of the layers is firstly, a system of material elements; secondly, one of the geographical attributes of a place; thirdly, some (infinite number) of spatial ideas (geographical images, spatial myths etc.). A source of plurality of the layers and a sense of constructing attributes lie in interpretation realized by constant giving of new definitions and meanings to various elements of a place (*semiosis*). We suggest naming such model of place a *palimpsest*.¹³

In geography it starts quite traditionally: a researcher comes to a town and describes it — this geographical description of the place creates a new layer of palimpsest. Another geographer reads this description and with his formed idea (next layer!) uses these or those qualities of the place to support his theoretical

¹³ See: Mitin I. Place as palimpsest [Materials of Humanitarian Geography Dictionary//Humanitarian geography: Scientific almanac. Issue 2/ Done and edited by D. Zamyatin. M.: 2005. pp. 351-353.

¹² Barthes R. Mythology. Transl., and comm. by Sergey Zenkin. M., 2000.

палимпсеста и суть конструирования характеристик — в *интерпретации*, осуществляемой посредством постоянного наделения тех или иных элементов места новыми смыслами и значениями (*семиозис*). Такую модель места мы предлагаем называть *палимпсестом*¹³.

В географии это начинается довольно традиционно: исследователь приезжает в город и описывает его — эта географическая характеристика места уже создает новый пласт палимпсеста. Другой географ читает эту характеристику и, исходя из сложившегося у него представления (следующий пласт!), использует те или иные свойства данного места для подтверждения своих теоретических гипотез, создавая еще один пласт. Далее каждый из нас, посещая этот город, читая эту характеристику,

¹³ См. подробнее: Митин И.И. Палимпсест, место как палимпсест [Материалы к словарю гуманитарной географии] // Гуманитарная география: Научный и культурно-просветительский альманах. Вып. 2/Отв. ред. и сост. Д.Н. Замятин. — М.: Институт Наследия, 2005.

знакомясь с теорией второго интерпретатора, видя город в различных телепрограммах, воображая его или узревая во сне, создает бесконечное множество новых и новых интерпретаций места. Особенность места как палимпсеста при этом — в том, что прежние слои не стираются, они именно — *сосуществуют* одновременно.

Модель места, изложенная вкратце, может нам объяснить главное: почему в *каждом месте постоянно сосуществуют множественные реальности*. Ниже мы постараемся ответить на естественный вопрос: а что же с этим делать?

Жить в палимпсесте?

Заголовок этой части на самом деле мог бы и не содержать вовсе никакого вопросительного знака. Из вышесказанного — смеем надеяться — ясно, что мы все действительно *живем* в палимпсестах множественных реальностей мест. Однако из свойств пространственных мифов, правил их конструирования и

разнообразных постулатов семиологии можно вывести некоторое представление о том, *как можно эти самые палимпсесты изменять*.

Существуют определенные *правила* конструирования пространственных мифов [Митин 2004: 71-73]. Во-первых, создаваемый миф — это всегда *реальность*, по крайней мере, это *мир*, в котором живут люди. Во-вторых, миф — это не только реальность наблюдаемых объектов, но и реальность *ранее созданных представлений*. Невозможно отменить однажды укоренившийся в общественном сознании образ места, можно только заместить его новым, который будет учитывать ранее возникший стереотип, лишь заново наделяя его смыслом. В-третьих, в мифе неизбежно происходит *деформация реальности при сохранении ее подлинности* [Барт 2000: 255]. Пространственный миф, прежде всего, доносит заложенную в него идею места, его значение, его «*message*», и этим-то он так привлекателен для конструиро-

Место как палимпсест

Тема номера / Issue Subject

Place as Palimpsest

Невозможно отменить однажды укоренившийся в общественном сознании образ места, можно только заместить его новым, который будет учитывать ранее возникший стереотип, лишь заново наделяя его смыслом.

hypotheses creating one more layer. Then all of us visiting this city read this description, study the idea of the second interpreter, see the city in different TV-programmes, imagine it or dream about it — create numerous new interpretations of the place. The particularity of the place is that previous layers are not rubbed, they *co-exist* at the same time.

Model of the place given in short, nevertheless, cannot explain the main thing: *why do multiple realities co-exist in every place?* Below we will try to answer the question: what are we supposed to do with it?

Live in Palimpsest?

The headline to this part could have contained no question mark. Reasoning from all things mentioned above we hope it is evident that all of us *live* in palimpsests of multiple realities of a place. But we can conclude from the qualities of spatial myths, the rules of their construction

and from various postulates of semiology some ideas of *how to change these very palimpsests*.

There are definite rules to construct spatial myths [Mitin 2004: 71-73]. Firstly, a created myth is always a *reality*; at least, it is the *world* people live in. Secondly, myth is a reality of observed objects, as well as reality of *previously created ideas*. One cannot abolish an image of place that has once taken roots in public consciousness; it can only be replaced by a new one that will take into account a previously existing stereotype giving it a new meaning. *Thirdly, deformation of reality with preservation of its authenticity inevitably happens in a myth* [Barthes 2000: 255]. Spatial myth, first of all, delivers idea of a place, its meaning, its '*message*' and that is why it is attractive for constructing images, brands and marketing of the territory. Thus, it is evident that, fourthly, a myth has a targeted audience, and it aims at

вания имиджей, брендинга и маркетинга территории. Отсюда ясно, что, в-четвертых, миф имеет определенную аудиторию, он направлен на определенного потребителя. В-пятых, наконец, никакой миф не является конечным — ведь процесс семиозиса бесконечен. Значит, всякое место бесконечно заново переосмысливается, интерпретируется, наделяется новыми значениями, вырастающими из элементов старого мифа, сама структура которого бесконечно «переделывается».

Для простого горожанина это значит, что его личное и собственное отношение к месту, его местная идентичность, его *топофилия* — это существенный вклад в палимпсест символически и утилитарно осваиваемого им места. Каждое новое значение — пусть и индивидуальное — *обогащает* этот самый палимпсест *еще одним пластом*.

Для гуманитарного географа, специалиста по маркетингу территории, менеджера в сфере культуры и туризма

и подобных им «агентов изменений» это означает, что создавая по указанным выше правилам свой новый миф места (и пусть они называют его географической характеристикой, образом, брендом, имиджем или как-то еще), они опять-таки обогащают палимпсест.

Ясно, что *не каждый* созданный пласт палимпсеста, не каждый родившийся в сознании образ, не каждое значение места — *укореняется и сохраняется значимое время*. Однако на деле имиджмейкер неизбежно учитывает те человеческие значения места, те стереотипы и идентичности, которые уже сложились. Обыватели же со временем изменяют свое отношение к своему городу, исходя из приданных ему «сверху» имиджей (разумеется, не всех, а, видимо, прежде всего, как раз тех, что семиотически понятно построены из ранее бытовавших и укорененных).

Так место *существует* как палимпсест. Это и есть *содержательное* описание введенного представления о семиозисе пространственных мифов. Мир, в

котором мы живем, состоит из множественных значений мест, из которых каждый конструирует свое, тем самым обогащая целостный палимпсест.

Задача же «внешнего» исследователя состоит в том, чтобы аккуратно *синтезировать* новое пространственное значение места с учетом существующих, на их базе, но с вложенной в этот новый миф намеренно сконструированной *идеей* места. Донести ее и есть задача гуманитарно-географического исследования территории.

One cannot abolish an image of place that has once taken roots in public consciousness; it can only be replaced by a new one that will take into account a previously existing stereotype giving it a new meaning.

particular consumer. Fifthly, no myth is ultimate — the process of semiosis is endless. It means that any place is reconsidered, interpreted infinite number of times, gets new meanings coming from the previous myth the whole structure of which is always made over.

For an ordinary citizen it means that his personal attitude to the place, his local identity, his *topophilia* is a substantial *contribution to the palimpsest* of the place that is exploited in symbolical and utilitarian way. Any new meaning — though individual — *enriches* this palimpsest with a new layer.

For a humanitarian geographer, an expert in territorial marketing, art-manager or the like ‘agents of changes’ it means that while creating a *new* myth of a place following all the rules mentioned above (they may call it a geographical description, image, brand or whatever they like), they enrich palimpsest.

It is evident that *not every* layer of palimpsest, not every image, not every meaning of a place *take roots and live for a long time*. But in fact, image-maker constantly takes into account those human meanings of a place, those stereotypes and identities that have already been formed. Average citizens gradually change their attitude to the city due to the images imposed on them ‘from above’ (of course, from not all of them but evidently, from those that have been semiotically grounded in of previous and taken roots).

This is the way a place *exists* as palimpsest. It is a *semantic* description of idea of semiosis of spatial myths that we presented academically (semantically). The world we live in consists of multiple meanings of places each of those constructs its own meaning, thus enriching integral palimpsest.

The task of ‘external’ researcher is to *synthesize* new spatial meaning of a place

taking into account all already existing ones, relying upon them but adding to this new myth a new constructed *idea* of a place. To convey it is a task of humanitarian geographical examination of the territory.

Лиза Фактор,
Москва

В 1993 окончила факультет журналистики МЭГУ.
Фотографирует с 1997 года.
С 1999 по 2007 год вместе с Андреем Безукладниковым работала над проектом Photographer.ru.
С 2001 – директор Фонда «Объективная реальность», разрабатывающего съемочные, образовательные и выставочные проекты в области фотографии.
Соучредитель Фонда развития фотожурналистики.

Персональные выставки:

«Барочный Петербург»,
Норильск, Музей истории развития и освоения НПр, 2004;
«Поверхность Сибири»,
Красноярский музейный центр, 2003.

Групповые выставки:

«Река истории/Истории реки»:
Норильская картинная галерея, 2004;
Московский международный фестиваль профессиональной фотографии «Интерфото»,
ЦВЗ Новый Манеж,
Красноярский музейный центр, 2003.

Чадан, Республика Тува

День города, июль 2008

Тема номера / Issue Subject

Chadan, Tuva Republic

Town Birthday, July 2008



Liza Faktor,
Moscow

Graduated from journalism department of Moscow External University of Humanities.
Makes photographs since 1997.
Since 1997 to 2007 worked with Andrei Bezukladnikov at Photographer.ru project.
Since 2001 – director of Objective Reality Fund that designs survey, educational and exhibition projects in photography.
Co-founder of Photojournalism Development Fund.

Personal exhibitions:

'Baroque Petersburg',
Norilsk, Museum of History and Development of Norilsk Industrial Region, 2004;
'Surface of Siberia',
Krasnoyarsk Museum Centre, 2003.

Group exhibitions:

'River of History/History of River': Norilsk Art Gallery, 2004;
Moscow International Festival of Professional Photograph 'Interphoto', Central Exhibition Hall of Novy Manezh, Krasnoyarsk Museum Centre, 2003.

