

URBAN IMAGINARY: ВИЗУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ ГОРОДСКОГО ВООБРАЖАЕМОГО

Н. Г. Федотова

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого,
Россия
fedotova75@mail.ru

Работа подготовлена при финансовой поддержке РФФИ и правительства Новгородской области в рамках научного проекта № 18-411-530001 «Культурная память города в современных коммуникативных практиках»

Статья посвящена изучению визуальных маркеров urban imaginary, которые обеспечивают аккумуляцию и репрезентацию коллективных представлений о городе, а также структурируют процесс воображения города. Актуальность исследований функционирования urban imaginary подтверждается как повышенным научным интересом к тем феноменам, которые символически и ментально детерминируют городскую реальность, так и эпизодичностью исследований urban imaginary в России. Проблематика urban imaginary открывает возможность междисциплинарного взгляда на город как глобальный текст, порождённый в результате структурирования коллективного воображения и образуемый динамикой городских смыслов во времени и пространстве. В работе акцентируется внимание на том, что люди соприкасаются лишь с фрагментами города, а в условиях информатизации и цифровизации реальности город как целое существует прежде всего в воображении людей, которое приближает и редуцирует символический код города. Ключевым тезисом работы является утверждение о том, что важнейшим знаковым репрезентантом, благодаря которому структурируется urban imaginary в каждом конкретном городе, являются визуальные маркеры городского воображаемого, обладающие исключительным образным и генерирующим эффектом. Автор обращается к процессу конструирования urban imaginary, выявляет типологию и специфику визуальных маркеров urban imaginary российских городов, выполняющих роль символических медиаторов. Среди доминирующих в работе рассматриваются природные, символические, архитектурные, персонифицированные визуальные маркеры, которые могут принимать разную конфигурацию и по-разному структурировать urban imaginary. Результатом процесса визуализации urban imaginary, транслирующего коллективные представления о городе, становится городской образ. На основании утверждения символической и отчасти виртуальной природы urban imaginary подчёркивается, что процесс репрезентации города и его сконструированный образ сегодня нередко имеют больший вес по сравнению с тем, что представляет собой город на самом деле. Полученные результаты являются отправной точкой для дальнейших, в том

числе прикладных, исследований urban imaginary. Они могут стать частью интеллектуального капитала, который может использоваться городскими элитами в символической борьбе городов за пространство и мобильные ресурсы, а также в решении проблем повышения конкурентоспособности российских городов.

Ключевые слова: город, городские исследования, urban imaginary, городское воображаемое, визуальные маркеры.

VISUAL MARKERS OF THE URBAN IMAGINARY

Natalia Fedotova

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Russia
fedotova75@mail.ru

The article is devoted to the study of visual markers of urban imaginary, which provide the accumulation and representation of collective memories of the city, and structure the process of imagination of the city. The relevance of urban imaginary research is confirmed both by the increased scientific interest in the phenomena that symbolically and mentally determine urban reality, and by the episodic nature of urban imaginary research in Russia. Urban imaginary opens the possibility of an interdisciplinary view of the city as a global text, generated by the structuring of collective imagination and formed by the dynamics of urban meanings in time and space. The work focuses on the fact that people come into contact only with fragments of the city, and in the conditions of informatization, digitalization of reality, the city as a whole exists, first of all, in the imagination of people, which approximates and reduces the symbolic code of the city. The key thesis of the work is the statement that the most important symbolic representative, thanks to which urban imaginary is structured in a particular city, is visual markers of the urban imaginary, which have an exceptional imaginative and generating effect. The author addresses the process of urban imaginary construction, reveals the typology and specificity of Russian cities visual markers that act as symbolic mediators. The dominant markers considered in the article are natural, symbolic, architectural, personalized visual markers, which may have different configuration in each city and differently structure urban imaginary. The result of urban imaginary's visualization process, which translates collective representations of the city, is an urban image. Based on the symbolic and partly virtual nature of urban imaginary, it is emphasized that the process of representation of the city and the constructed image today have more significance than the city really is. The results can be a starting point for the further urban imaginary research, including applied research. They are part of the intellectual capital that can be used by urban elites in the symbolic struggle of cities for space and mobile

resources, as well as in solving the problems of increasing the competitiveness of Russian cities.

Keywords: city, urban studies, urban imaginary, visual markers.

DOI 10.23951/2312-7899-2020-1-121-139

Современный дискурс городских исследований характеризуется повышенным интересом к изучению тех феноменов, которые символически и ментально детерминируют городскую реальность. В связи с этим в процессах познания города и городской среды наблюдается устойчивый культурный (символический) сдвиг, актуализирующий новые векторы научных исследований. В частности, речь идёт о тех феноменах, которые раскрывают механизм конструирования коллективных представлений о городе. Одним из таких феноменов является *urban imaginary*, представляющий собой определённый теоретический взгляд на данный процесс сквозь призму коллективного воображения города.

Концепт «*urban imaginary*» получил свою популярность прежде всего в зарубежных исследованиях и в связи с этим весьма слабо адаптирован к русскоязычному дискурсу. Английское понятие «*urban imaginary*» дословно означает «городское воображаемое», что является не самым удачным вариантом перевода на русский язык и препятствует интеграции российских исследований в международный контекст. Как мы показали в предыдущих исследованиях, *urban imaginary* представляет собой «синтез реальных и виртуальных коллективных представлений о городе» [Федотова, 2018, 229].

Исследования воображаемого как одного из проявлений специфики конкретного общества, эпохи, культуры возникли более полувека назад. Актуальность подобного рода работ была связана с динамичным ростом внимания учёных к ментальным и ценностным аспектам мировой истории. Так, к воображаемому миру Средневековья обращался в своих работах Жак Ле Гофф в рамках ментальных исследований новой исторической науки [Ле Гофф, 2001]. При этом сущность коллективного воображаемого в принципиально новом научном контексте была осмыслена учёными во второй половине XX века. Истоки того воображаемого, которое в итоге стало применимым к городу, обнаруживаются в исследованиях Бенедикта Андерсона, который, вероятно, не догадывался о масштабах и новых направлениях научного дискурса вокруг воображаемых сообществ.

Б. Андерсон предположил, что воображаемым может быть любое сообщество, в котором нет прямых контактов [Андерсон 2001, 23]. Несмотря на то, что концепция учёного сосредоточена на исследовании нации и национального сознания, всё же выявленные им закономерности могут применяться и к любым другим сообществам, члены которых не имеют между собой прямых контактов. Особенностью коллективного воображаемого, как следует из положений Б. Андерсона, является тот факт, что оно строится на представлениях людей о данном сообществе, которое, в свою очередь, крепится на воображаемой символической связи с ними, а также возникающем отсюда чувстве общности и эмоциональной привязанности к данному сообществу.

Что касается исследований городского воображаемого, то зарубежный научный опыт свидетельствует о междисциплинарном контексте подобных изысканий. В частности, один из научных коллективов, изучающих *urban imaginary*, включал в себя представителей таких наук, как социология, политология, искусствознание, культурология; участники этой группы пытались с помощью названного феномена показать, как мы представляем и воспринимаем города в эпоху глобализации [Huysen 2008, 15]. Такого рода исследования призваны, кроме всего прочего, продемонстрировать значимость изучения *urban imaginary*, поскольку их ключевым тезисом нередко становится утверждение о том, что современный город как таковой существует прежде всего в воображении людей.

Исследования *urban imaginary* следует назвать фрагментарными и не объединёнными единым научным контекстом; между тем в условиях роста конкуренции городов за жителей, талантливую молодёжь, за ограниченные и мобильные ресурсы знания специфики функционирования городского воображаемого и его структуры приобретают всё большую актуальность. В век конкуренции городов, информатизации и цифровизации реальности повышается значимость тех исследований, которые раскрывают логику структурирования коллективных представлений о городе, благодаря которым город может быть более узнаваемым, вызывать позитивные эмоции и, как результат, притягивать и удерживать ресурсы.

Для понимания механизма формирования коллективного воображения города особое значение имеет изучение процесса маркирования тех смыслов города, благодаря которым структурируется *urban imaginary*. Городские маркеры, задачей которых является аккумуляция и репрезентация символической информации о городе, имеют разнообразный характер. Речь идёт не только

о вербальных маркерах, представляющих возможность для человека оперировать глубинными литературными, философскими и прочими пластами знаний о городе, но и о тактильных (запах сирени или круассанов), аудиальных (музыка города или шум моря), которые своеобразно передают представления о городе.

Однако важнейшим знаковым репрезентантом urban imaginary являются визуальные маркеры городского воображаемого, обладающие исключительным образным, генерирующим эффектом, передающим с помощью визуальных форм характер, дух, образ города. Поэтому целью данной работы является исследование особенностей типичных визуальных маркеров urban imaginary, структурирующих процесс вообразимости города, аккумулирующих и транслирующих городские смыслы и выражающих в знаковой оболочке представления о городе с помощью коллективного воображаемого. Такая позиция открывает возможность междисциплинарного взгляда на город как на глобальный текст, порождаемый с помощью коллективного воображения и образуемый динамикой смыслов во времени и пространстве.

Концепт «urban imaginary»: векторы научного дискурса

Концептуализация феномена «urban imaginary» происходила параллельно в разных направлениях исследования города и городской среды. Это стало причиной того, что как понимание, так и изучение городского воображаемого могут иметь разный характер, несмотря на то, что их объединяет интерес к воображаемой стороне города. В связи с этим можно выделить как минимум два направления исследований urban imaginary.

Во-первых, концепт «urban imaginary» актуализирует проблему локализации городского пространства: город перестаёт быть административным или экономическим объектом, а осмысливается как то место, которое формируется с помощью коллективных действий. Изучение воображаемого пространства города актуализирует интегративные исследования, демонстрирующие тесную связь культуры города, городского сообщества и городской среды. Исследователи, работающие в рамках данного направления, как правило, придерживаются социологического или антропологического уклона, нацеливающего на анализ тех или иных аспектов восприятия городского пространства [Лагодина 2015].

В частности, в рамках антропологии город понимается, говоря словами Сергея Аванесова, как «специфический, сложный культурный конструкт, воплощающий в своём материальном “устройстве” фундаментальные эстетические, социальные и мировоззренческие установки людей» [Аванесов 2018, 10]. В связи с этим урбанисты-антропологи, обратившиеся к концепту «urban imaginary», стали изучать город через проекции различных аспектов городской жизни, как результат формирования пространственного конгломерата, порождённого потоками информации, движением сообществ, идей и пр. По мнению Тани Ричардсон, города сегодня переосмыслены «как пространства, в которых пересекаются сети различного масштаба, скорости и длительности, где люди, технология и биология совместно конституируют социальное, где пространственная близость не предполагает со всей необходимостью тесных социальных связей и где повседневность конституируется сложными темпоральностями, историчностями и типами памяти». Поэтому город представляет собой не предзаданную сущность, а то, что порождается целым рядом субъектов действия, в том числе и через процессы городского воображаемого; поэтому, по словам исследовательницы, «некоторые из числа наиболее интересных антропологических исследований городов посвящены городскому воображаемому, практикам и политике одновременно» [Ричардсон 2010, 176]. Подобный взгляд характерен и для Анри Лефевра, который утверждает, что «каждое общество <...> производит некое пространство, своё пространство» [Лефевр 2015, 45] в постоянном взаимодействии людей, сообществ и институтов. Он также говорит о сконструированности городского пространства (связывающего в себе ментальное, культурное, социальное, историческое содержание) в результате действия определённых социальных сил; более того, социальное пространство города, полагает учёный, есть не что иное, как эволюционно сформированный продукт коллективных представлений о нём.

Во-вторых, к концепту «urban imaginary» современные учёные обращаются в рамках анализа проблематики городской идентичности и культурной памяти города, с которыми их связывает городской образ. Мы воображаем город как совокупность многочисленных образов людей, домов, памятников, звуков, т. е. идентичных городских смыслов. При исследовании городской идентичности с помощью концепта «urban imaginary» город выступает «носителем значений, способных так или иначе символически “преодолеть” различия между конкретными и очень разными городскими

жителями и сообществами» [Мусиездов 2013, 29]. При этом эмоциональная привязанность человека к месту и городское самосознание поддерживаются уникальностью, «отличимостью» города, которые обеспечивает аутентичность городских практик как залог успешного воображения города. Но чтобы аутентичные городские смыслы (миф, праздник, гастрономия и пр.), которые символически связывают человека и город, были актуальными, необходим механизм коллективной памяти, определяющий репертуар воображаемых смыслов города. Иными словами, *urban imaginary* является проекцией чувственно-эмоционального опыта и практик, следов коллективной памяти, которые формируют воображение о городе, его отличие от других городов [Bloomfield 2006, 46].

Несмотря на различие дискурсивных векторов, в рамках которых осмысляется *urban imaginary*, всё же научный интерес к данному концепту следует признать определённой тенденцией в понимании и познании города, которая открывает новые, неуловимые ранее аспекты городской реальности. Важно понимать, что люди соприкасаются напрямую только с фрагментами города, тогда как воображение позволяет осмыслить город как единый феномен. В результате одного из научных проектов по исследованию тех повседневных впечатлений, которые производят города в Бразилии, Турции, США, Франции, Индии и пр., учёными доказано, что город как таковой локализуется и периодически воспроизводится через акты воображения [Çinar, Bender 2007, 2], скрепляя коллективное ощущение города, что в итоге приводит к непрерывному структурированию *urban imaginary*. Город не может осмыслиться как целостный объект в силу своей пространственной, культурной и социальной специфики, для этого требуются определённые знаковые инструменты, продуцирующие символический код города.

Конструирование *urban imaginary*: практики визуализации

Конструирование *urban imaginary*, как следует из того, что было сказано выше, – весьма сложный и зависимый от множества самых разных факторов процесс. В связи с этим, исходя из цели данной работы, рассмотрим лишь те практики, которые влияют на визуализацию *urban imaginary*.

Мы исходим из позиции, что воображение города как процесс построения в сознании людей определённых городских образов происходит прежде всего на основе визуальных знаков. Воображая тот или иной город, люди мысленно воссоздают то, что позволяет его представить, – схемы, маршруты, объекты, символы, дома. Как полагал Б. Андерсон, «воображаемости» сообщества способствуют карта, музей и перепись населения. Что касается города, то данные способы генерирования коллективных представлений о нём также применимы, однако подобных практик может быть и больше, поскольку город всё же имеет свою пространственную, культурную, социальную, организационную специфику. Например, к тем инструментам «воображаемости», которые позволяют визуализировать urban imaginary, можно отнести практики, макетирующие город, «схлопывающие», приближающие городскую локацию для осмысления.

В качестве одного из таких способов визуализации urban imaginary может быть не просто музей как таковой, но те экспозиции, которые позволяют проецировать и моделировать визуальный облик города с помощью разных технологий – например, на экране или с помощью макета городского пространства (ил. 1).



Ил. 1. Макет российских городов в миниатюре. Музей «Гранд Макет Россия», Санкт-Петербург

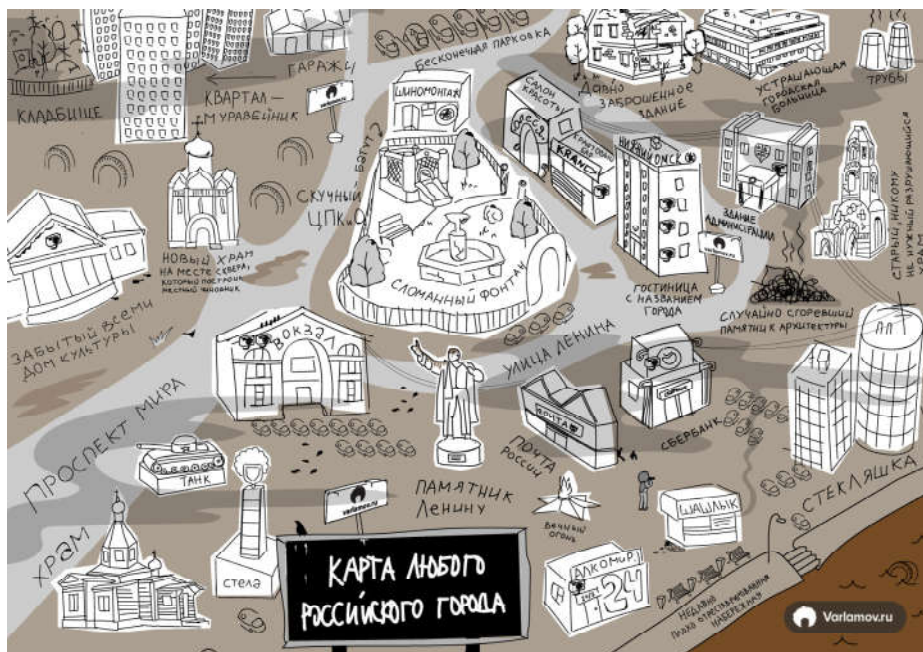
При этом строительным материалом конструирования визуальной структуры urban imaginary неизменно остаются символические формы, в которые заключаются те или иные смыслы города, обладающие различной степенью «вообразимости».

Действительно, сама природа urban imaginary имеет символический характер, что связывает его с понятием образа (image) города, в том числе и этимологически. Если urban imaginary отражает процессуальный характер воображения города, то результатом коллективного воображения становится именно образ города. Стоит согласиться с мнением философа Корнелиуса Касториадиса, который полагает, что любое коллективное воображаемое есть не что иное, как постоянное «необусловленное творчество <...> символов / форм / образов» [Касториадис 2003, 8].

Следует предположить, что структура образа города напрямую связана с особенностями процесса визуализации urban imaginary. По мнению известного урбаниста, автора методики исследования ментальных (или «вообразимых») карт города Кевина Линча, «вообразимость» города напрямую зависит от устойчивости городского образа. Такого рода «вообразимость» работает прежде всего на базе цвета, формы, композиций, из которых складывается образ [Линч 1982, 21]. Важно подчеркнуть, что К. Линч исследовал именно визуальные аспекты восприятия города, которые формируют устойчивые воображаемые ориентиры города. Он приводил в качестве примера Венецию – город, обладающий ярким образом, сложившимся в результате длительного коллективного воображения города.

Если воспользоваться данным тезисом, то к легко «вообразимым» российским городам следует отнести такие, которые обладают устойчивым, узнаваемым, ярким образом: Санкт-Петербург, Сочи, Казань и прочие, имеющие уникальные визуальные маркеры. Вместе с тем в своём большинстве urban imaginary российских городов всё же имеет идентичные визуальные маркеры, обусловленные типичными условиями формирования городского пространства (ил. 2).

Urban imaginary динамично, оно конструируется на протяжении долгого времени, и чем старше город или чем больше слоёв коллективной памяти он имеет, тем, как правило, богаче его воображаемое. Хотя не столько историко-культурное наследие является фактором визуализации urban imaginary, сколько его воспроизведение в коммуникативных практиках – в городских событиях, процессах, социальном взаимодействии.



Ил. 2. Воображаемая карта российского города.
 Источник: <https://varlamov.ru/3175659.html>

На процесс визуализации urban imaginary могут оказывать влияние как внутренние, так и внешние коммуникативные потоки. С одной стороны, urban imaginary есть результат того, как структурируются коллективные представления у тех, кто проживает в городе. В данном случае urban imaginary тесно связано с городской идентичностью, на основе которой формируется отождествление с городом, строится сопричастность с ним. С другой стороны, важно учитывать тот факт, что в коммуникативных практиках визуализации urban imaginary могут участвовать и те сообщества (туристы, гости города, сезонные рабочие, студенты, бизнесмены и пр.), которые не живут, но временно пребывают в городе. Также сюда следует отнести и всех тех, кто никогда не был в городе, однако участвует в формировании коллективных представлений о нём опосредованно: через медиаресурсы, книги, живопись и т. д., то есть путём оперирования вторичными знаковыми ориентирами. Значимость такого рода коммуникативных потоков подтверждают некоторые из российских исследований urban imaginary. В частности, при исследовании воображаемого пространства города Выборг исследователями были опрошены не только жители города, но и жители расположенного рядом Санкт-Петербурга [Рябова, Валегина 2015].

При рассмотрении процесса визуализации urban imaginary важно учитывать следующие коммуникативные каналы, которые воздействуют на коллективные представления людей о городе:

а) непосредственный, когда визуальные маркеры urban imaginary фиксируются в воображении человека, постоянно соприкасающегося с городским пространством;

б) опосредованный, когда люди воображают город либо посредством межличностной коммуникации (рассказ жителя города), либо через произведения искусства и технические средства (телевидение, сеть Интернет и т. д.).

Каждый из этих каналов имеет свою специфику визуализации urban imaginary, причём в эпоху цифровой культуры приоритет остаётся за информационно-технологической составляющей, предоставляющей возможность тотального производства и потребления сконструированных экранных образ городов, о чём подробнее остановимся далее.

Кроме того, конструирование визуальной структуры городского воображаемого происходит по двум траекториям – стихийно и целенаправленно. Стихийный процесс слабо поддается управлению и обусловлен постоянным незапланированным производством городских смыслов, которые заключены в знаковые формы. Целенаправленный процесс визуализации urban imaginary, напротив, имеет перспективу стратегического управления и предполагает не только решение проблемы поддержания яркого и узнаваемого образа города, но и направлен на формирование устойчивой и позитивной идентичности, а также на создание городских пространств, влияющих на воображение города.

Наконец, если рассматривать процесс визуализации urban imaginary с позиции смысловотворчества, то немаловажными следует считать те коммуникативные практики, которые оперируют комплексной символической информацией о городе. Сюда относятся не только городской брендинг, но и культивирование уникальных городских событий (фестивали, праздники), а также преобразование городской среды (установка памятника, открытие аллеи и т. д.), которые могут рассматриваться как процессы генерирования визуальной структуры городского воображаемого.

Типология визуальных маркеров urban imaginary

Для того чтобы определить типичные визуальные маркеры, с помощью которых структурируется городское воображаемое,

воспользуемся результатами некоторых исследовательских проектов, реализованным нами в Великом Новгороде в 2016–2018 гг. Данные проекты были направлены на анализ образа города и его символического капитала, а также на исследование маркеров, с помощью которых новгородцы воспринимают и представляют свой город [Федотова 2018, 2019]. Если воспользоваться результатами этих, а также подобных проектов, реализованных в других городах [Чернявская 2013], то можно предположить, что к доминирующим визуальным маркерам *urban imaginary* российских городов следует отнести природные, архитектурные, персонифицированные, символические. Визуальные маркеры *urban imaginary* выполняют роль символических медиаторов, структурируют коллективное воображение города в каждом конкретном городе путём их сочетания в определённой конфигурации. Они закрепляют в коллективном воображении конкретные городские образы. Если *urban imaginary* одних городов может быть многоплановым и держаться на разных визуальных маркерах, то другие могут обладать моновоображением и держаться на одном из преобладающих типов маркеров.

1. Природные визуальные маркеры

В визуальной структуре *urban imaginary* нередко присутствуют маркеры городского ландшафта, поскольку к ним обращались респонденты проведённых исследований («зелёный город», река, озеро). Природные маркеры *urban imaginary* транслируются, как правило, путём их визуальной репрезентации в фото- и видеотекстах или в произведениях изобразительного искусства. Например, это неповторимое сочетание гор и моря в городской среде или синтез жилой локации с горными массивами. В России подобные взгляды сформировались в рамках так называемой «имагинарной географии» (географии воображения), которая изучает особенности и закономерности формирования географического образа. Последний, по мнению Дмитрия Замятина, есть «система взаимосвязанных и взаимодействующих знаков, символов, архетипов и стереотипов, ярко и в то же время достаточно просто характеризующих какую-либо территорию (место, ландшафт, регион, страну)» [Замятин 2010, 29]. В данном ракурсе нередко осуществляются когнитивные исследования ландшафта российских городов в виде разработки «имагинарных карт» города как моделей репрезентации географических образов, которая позволяет увидеть воображаемый через географические маркеры город.

2. Архитектурные маркеры *urban imaginary*

Визуальные маркеры архитектуры города (включая и особенности архитектурной застройки) отличаются тем, что они создают

устойчивые фрагменты *urban imaginary*, которые формируют и транслируют городской стиль. Архитектурные объекты для респондентов в указанных выше исследованиях являются одними из важнейших визуальных кодов, благодаря которым город воспринимается, осмысливается, воображается. За счёт особой феноменологии, о которой говорил в своих исследованиях Кристиан Норберг-Шульц, архитектура задаёт характерный дух города, позволяющий «человеку идентифицировать себя со средой» [Norberg-Schulz 1980, 16]. Архитектурные композиции, мосты, постройки передают тот визуальный облик города, который является многослойным источником коллективного воображения. Кроме того, не меньшим значением обладает и планировка города, размер его улиц, ширина проспектов, высота зданий; всё это создает те визуальные знаки, из которых конструируются воображаемые образы города. У некоторых, особенно исторических российских городов, оригинальным может быть не только фактура, но и расположение улиц. Восприятие людьми архитектурных особенностей города, говоря словами Норберг-Шульца, способствует экзистенциальному вживанию человека в город, что очевидно влияет на городское воображаемое.

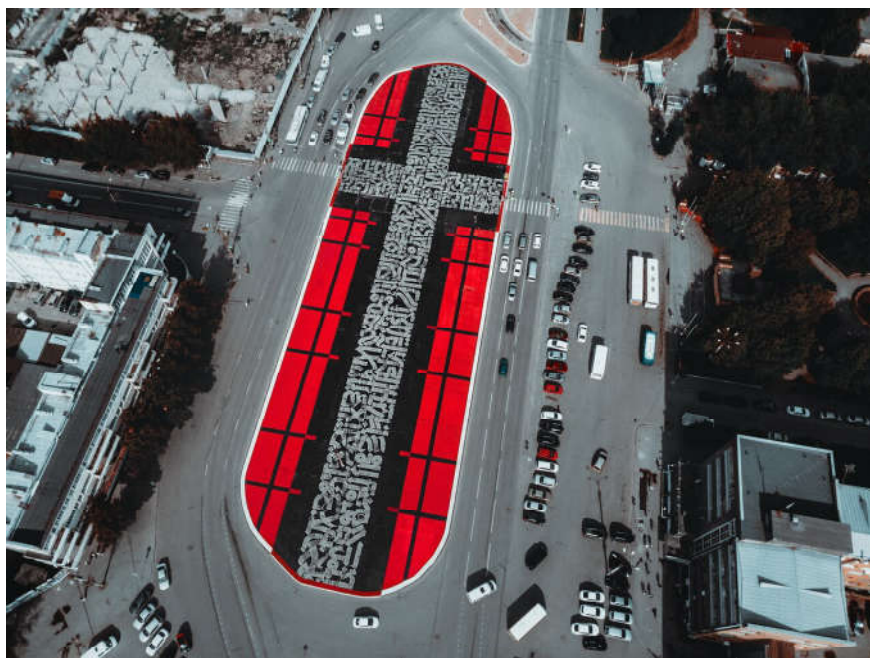
3. Персонифицированные маркеры *urban imaginary*

Среди тех маркеров *urban imaginary*, которые подчёркивают «отличимость» и индивидуальность российского города, респонденты указанных выше исследований выделили известных персон (исторических деятелей, сказочных персонажей, современных людей), наделяющих город уникальным культурным кодом. В качестве примера можно привести не только городское воображаемое тех городов, название которых говорит само за себя (например, город Пушкин), но и воображаемое тех городов, которое структурируется за счёт воспроизводимых в городской среде персонифицированных смыслов города. Однако особое значение в данном случае принадлежит именно их визуализации, поскольку без видимой маркированной оболочки персонифицированные смыслы города могут оказаться недостаточно репрезентативными для коллективного воображения. Например, как полагает Владимир Абашев, город Пермь обладает богатым воображаемым именно в смысловом контексте, которое, однако, не всегда выражено в визуальном. По его мнению, те визуальные формы Перми, с которыми соприкасается человек, не всегда репрезентативны, то есть «воображаемое Перми оказывается несравненно богаче той бедной и стёртой фактуры, которая открывается перед глазами» [Абашев 2014, 139]. Подобные выводы о необходимости визуализации латентных городских смыслов и их

маркировании в пространстве города стали очевидными после реализованного в Перми проекта, связанного с визуализацией творческого наследия Бориса Пастернака (ил. 3).



Ил. 3. Город Пермь. Фотовыставка, посвящённая 100-летию пребывания Бориса Пастернака на Урале



Ил. 4. Город Екатеринбург. Площадь первой пятилетки

4. Визуальные маркеры *urban imaginary* в символических объектах

Многие из обозначенных визуальных маркеров *urban imaginary*, разумеется, помимо основной функции (например, архитектурный ансамбль), обладают ещё и символической, то есть имеют глубинный, условный смысл. Однако некоторые визуальные маркеры городского воображаемого сформировались благодаря наличию символической функции как основной. При исследовании особенностей восприятия городов через воображаемые карты респонденты нередко указывали в качестве ключевых визуальные объекты, символизирующие и выражающие город эффективнее других.

К таким визуальным маркерам *urban imaginary* мы относим все те целенаправленно созданные объекты городского пространства, которые символически репрезентируют городские смыслы как исторического (например, памятники), так и современного характера (например, логотип городского бренда или арт-объект). Символические объекты города с помощью визуальных форм и благодаря включённости в городское пространство наделяют его определёнными смыслами, на основе которых структурируется городское воображаемое. Например, уникальные арт-объекты с помощью визуальных средств – форм, красок, объёма – создают благодатную почву для воображения города. Некоторые из них не просто маркируют городское пространство, но и конструируют новые слои *urban imaginary*. Например, воображаемое Екатеринбурга пополнилось новым представлением о городе в результате создания символического объекта в виде арт-композиции на площади первой пятилетки; этот объект преобразовал не только неприметную ранее площадь Уралмаша, но и коллективное воображение города с помощью нового облика фрагмента городского пространства (ил. 4).

Виртуальный характер визуализации *urban imaginary*

Рассмотренные выше визуальные маркеры *urban imaginary* конструируются с помощью разных траекторий. Но тенденции современного информационного общества и глобальной цифровой культуры создали благоприятные условия для тотального значения средств массовой коммуникации, медиаресурсов и технологий в процессах восприятия и репрезентации города. Иными словами, данные тенденции гипертрофировали виртуальную природу *urban*

imaginary, что напрямую отразилось на процессах визуализации городского воображаемого, результатом которого всё больше становятся сконструированные, экранные образы городов. Роль медиа в функционировании urban imaginary вряд ли можно переоценить. Действительно, город сегодня «существует только в наших головах или в рассуждениях тех, кто работает в области различных видов искусства и средств массовой информации: телевидение, пресса, театр, радио, кино, романы, DVD» [Çinar, Bender 2007, 2].

Виртуальная природа urban imaginary может быть раскрыта в контексте постмодернистских тенденций, акцентирующих внимание на механизмах кодификации и маркирования реальности. Это, однако, предполагает типичную скорее для марксизма критическую позицию и «разоблачение» сконструированности представлений о городе, вызывающей иллюзорность городской реальности. Если мы воспринимаем город через область воображаемого, то это предполагает трансляцию городских смыслов через многослойную область символического производства впечатлений о городе, которые, по сути, являются симулякрами, если понимать данный процесс через призму теории симулякров Жана Бодрийяра. Всё дело в том, что в наши дни символическое, по словам философа, уже «не понятие <...>, но акт обмена и социальное отношение, кладущее конец реальному» [Бодрийяр 2000, 243]. Исходя из этой позиции и пользуясь терминологией Ж. Бодрийяра, можно сказать, что urban imaginary представляет собой гиперреальность города, когда конкретный город воображается нами путём его представления на страницах книг, в кинолентах, на фотографиях интернет-ресурсов и т. д. Таким сконструированные в нашем воображении городам Эдвард Сойя даёт название невидимого гиперкосмоса [Сойя 2003, 134], который рождён виртуальными медиаресурсами и электронными коммуникациями. Он подчёркивает, что теперь репрезентация города и сформированный имидж города имеют больший вес по сравнению с тем, что представляет собой город на самом деле.

Городское воображаемое конструируется тогда, когда происходит потребление человеком визуальных текстов. Этнограф Марк Оже не случайно утверждает, что «город существует благодаря сфере воображаемого» [Оже 1999]. Он условно выделяет три современных типа города: город-встреча, город-память и город-фикция. Последний для него приобретает особое значение, поскольку формируемый фиктивными отражениями на экранах и в процессах коммуникации, он является доминирующим в условиях информационного общества; иначе говоря, это город-симулякр. По его мне-

нию, наш мир максимально стремится быть «видимым, фотографируемым, снятым на кино- и фотоплёнку и в конечном счёте быть спроецированным на экране» [Оже 1999]. Просматривая фильм или фотографию, люди неосознанно формируют представления о городе, которые благодаря коммуникации приобретают коллективный характер. Однако доминирующий визуальный облик города нередко является сконструированным прежде всего в коммерческих целях. Город может быть изображён на фотографиях в версии гораздо более эффектной, с лучшего ракурса, чем если бы мы просто увидели его в повседневной жизни. И такой облик закрепляется, например, в воображении туристов.

Но если взглянуть на тот факт, что *urban imaginary* по сути представляет собой один из компонентов символической власти, то те города, которые смогли сконструировать эффективные визуальные маркеры *urban imaginary* получают символическую прибыль в виде устойчивости и яркости городского образа. Иными словами, «воображаемое города превращается в символическую сферу, где и происходит конкурентная борьба за пространство» [Линднер 2017, 107]. Символическая сфера воображаемого, в которой города конкурируют за доверие, узнаваемость, позитивность ассоциаций, становится в современных условиях определяющей. Как показала Шэрон Зукин, *urban imaginary* делает место более значимым, оно способно привлечь людей и тем самым улучшить городскую среду [Zukin 2001].

В заключение отметим, что исследования особенностей визуального маркирования *urban imaginary* позволяют раскрыть механизм конструирования коллективных представлений о городе, что особенно важно в условиях информационного общества и цифровой культуры. Визуальные маркеры *urban imaginary* кодифицируют и продуцируют городские смыслы в определённой конфигурации, которая отражается в восприятии города. Важнейшей особенностью *urban imaginary* является тот факт, что сам город как целое осмысляется лишь с помощью процессов коллективного воображения, скрепляющего представления о городе в единую, прежде всего визуальную структуру. Подобные знания, раскрывающие механизм коллективного воображения города, обладают в том числе прикладным эффектом, поскольку могут использоваться городскими элитами в символической борьбе городов за пространство и мобильные ресурсы, а также в решении проблем повышения конкурентоспособности российских городов.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Абашев 2014 – *Абашев В. В.* Городское пространство как аккумулятор коллективной памяти // Вестник Пермского университета. Политология. 2014. № 2. С. 136–148.
- Аванесов 2018 – *Аванесов С. С.* Городское пространство как антропологический феномен // ПРАЭНМА. Проблемы визуальной семиотики. 2018. № 2 (16). С. 10–31.
- Андерсон 2001 – *Андерсон Б.* Воображаемые сообщества / Пер. с англ. В. Николаева. Москва, 2001.
- Бодрийяр 2000 – *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть / Пер. с фр. С. Н. Зенкина. Москва, 2000.
- Замятин 2010 – *Замятин Д. Н.* Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие современных гуманитарных наук // Социологическое обозрение 2010. № 3. Т. 9. С. 26–50.
- Касториадис 2003 – *Касториадис К.* Воображаемое установление общества / Пер. с фр. Г. Волковой, С. Офертаса. Москва, 2003.
- Лагодина 2015 – *Лагодина Е. В.* Воображая город. Изучение восприятия городского пространства на примере Ростова-на-Дону // Северо-Кавказский психологический вестник. 2015. № 13/1. С. 23–27.
- Ле Гофф 2001 – *Ле Гофф Ж.* Средневековый мир воображаемого / Пер. с фр., общ. ред. С. К. Цатуровой. Москва, 2001.
- Лефевр 2015 – *Лефевр А.* Производство пространства / Пер. с фр. И. Стаф. Москва, 2015.
- Линднер 2017 – *Линднер Р.* Текстура, воображаемое, габитус: ключевые понятия культурного анализа в урбанистике // Собственная логика городов. Москва, 2017. С. 101–117.
- Линч 1982 – *Линч К.* Образ города / Пер. В. Л. Глазычева под ред. А. В. Иконникова. Москва, 1982.
- Мусиездов 2013 – *Мусиездов А. А.* Город как культурная форма // Социологическое обозрение. 2013. № 3. Т. 12. С. 26–50.
- Оже 1999 – *Оже М.* От города воображаемого к городу-фикции // Художественный журнал. 1999. № 24 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.guelman.ru/xz/362/xx24/x2402.htm> (дата обращения: 15.10.2018).
- Ричардсон 2010 – *Ричардсон Т.* Реплика // Антропологический форум. 2010. № 13. С. 173–182.
- Рябова, Валегина 2015 – *Рябова Л. К., Валегина К. О.* Восприятие города: Выборг как кросскультурное пространство // Труды исторического факультета Санкт-Петербургского государственного университета. 2015. № 24. С. 142–152.

- Сойя 2003 – Сойя Э. Постметрополис. Критические исследования городов и регионов / Пер. с англ. А. Резниченко // *Логос*. 2003. № 6 (40). С. 133–150.
- Федотова 2017 – Федотова Н. Г. Великий Новгород глазами новгородцев: к вопросу о структуре территориальной идентичности // *Вестник Новгородского филиала РАНХиГС*. 2017. № 1 (7). С. 259–265.
- Федотова 2018 – Федотова Н. Г. Urban imaginary как символический капитал города // *Ярославский педагогический вестник*. 2018. № 2. С. 228–233.
- Федотова 2019 – Федотова Н. Г. Визуальные носители культурной памяти города (на примере Великого Новгорода) // ПРАЕНМА. Проблемы визуальной семиотики. 2019. № 2 (20). С. 42–62.
- Чернявская 2013 – Чернявская О. С. Нижний Новгород глазами нижегородцев: внутренний образ города // *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. Серия: Социальные науки. 2013. № 1 (29). С. 69–76.
- Bloomfield 2006 – Bloomfield J. Researching the Urban Imaginary: Resisting the Erasure of Places // *European Studies: A Journal of European Culture, History and Politics*. Vol. 23. P. 45–61.
- Huysen 2008 – Other cities, Other Worlds: Urban Imaginaries in a Globalizing Age. Ed. by Andreas Huysen. Durham (NC), 2008.
- Norberg-Schulz 1980 – *Norberg-Schulz Chr. Genius Loci, Towards a Phenomenology of Architecture*. New York, 1980.
- Çınar, Bender 2007 – Urban Imaginaries: Locating the Modern City. Ed. by A. Çınar, T. Bender. Minneapolis, London, 2007.
- Zukin 2001 – Zukin S. Whose Culture? Whose City? // *The City Reader*. Ed. by R. LeGates and F. Stout. Routledge, 2001. P. 131–142.

Материал поступил в редакцию 10.06.2019