

Художественный образ города как фактор формирования городской идентичности

В статье анализируется художественный образ города в контексте общего методологического поворота науки к изучению городского пространства и места человека в нем. Художественный образ города, понимаемый как особая форма восприятия города его жителями, рассматривается и анализируется в аспекте формирования городской идентичности.

Ключевые слова: художественный образ, городская идентичность, искусство.

Характерной чертой гуманитарных исследований последнего времени стало существенное расширение круга рассматриваемых проблем. В культурологии растет интерес к локальным пространствам и локальным идентичностям. В области антропологии фокус смещается от деревни к городу, прежняя ориентация на архаику сменяется исследованиями поздних состояний культуры. В качестве самостоятельной сферы исследования выделяется география городов и георбанистика. Возрастающий исследовательский интерес к городскому пространству и месту человека в городе актуализирует изучение проблемы формирования городской идентичности.

Наличие последней является формирующим признаком города как социокультурного феномена. Осмысленное пространство города потому и существует, что есть сообщество, члены которого считают себя принадлежащими к данному городу, ощущают его специфику. По словам В.Л. Каганского, «пространственная идентичность в случайном фрагменте пространства вряд ли существует... в реализации идентичности необходима ощущаемая *специфика* определенной территории и определенной группы. Идентичность в определенном смысле и есть ощущение, проживание и даже рефлексия (чаще нерациональная) специфики “своей” территории на уровне группового и личного сознания» [4, с. 11].

Город по-разному описывается и воспринимается на бытовом и профессиональном уровне, в представлениях обывателей и декларациях политической элиты: и «как сложный социальный организм, и как поле политических битв и манифестаций, и как средоточие культурных и цивилизационных дос-

тижений, и как пространство особого языка и особой речи» [2, с. 42]. В сознании горожан город предстает прежде всего как совокупность различных образов, которые можно определить как специфические формы восприятия городской среды общественным сознанием. Целью данной статьи является выделение и описание одного из возможных образов восприятия городской среды – художественного, а также рассмотрение художественного образа в инструментальном ключе – как фактора формирования городской идентичности.

Роль художественного творчества в развитии городской идентичности заключается в осознании горожанами себя приверженцами определенной художественной традиции, выражающейся как в форме словесно-художественного устного народного творчества (свойственных данному городу песнях, сказаниях, героических преданиях, легендах, быличках и пр.), так и в форме профессионального художественного творчества. Так, А.И. Эртель воспринимается как классический «черноземный» творец, а Д.Н. Мамин-Сибиряк одним из первых создал в русской культуре образ городов Урала [5]. Поэзия С. Есенина, воспевающая рязанское раздолье, сельскую жизнь и малую родину, является важным источником формирования рязанской идентичности [1]. Характерно, что произведения этих авторов, как и других, пишущих о культуре городской среды, приобретают черты конвенциональных образов и геомифологического дискурса.

Значимость художественного творчества для оформления городского самосознания очевидна и является традиционной темой культурологического рассмотрения. Так, екатеринбургская исследовательница Е.К. Созина ука-

зывает, что «интенции художественного сознания, направленные на “место” и сфокусированные, сгущенные текстуальностью, позволяют литературе занять точку над местом». Они позволяют «встать на позицию “мета” и увидеть это место целостно, как бы сверху, осуществить рефлексии на него, оставаясь в то же время в его ауре, в потоке его дыхания (ибо художественный образ-символ места отличен от научного своей чувственной плотью, которая дается лишь погружением в предмет и его симпатическим внутриразглядыванием). Именно литература, движимая энергией языка, обращает пространство некоего места в текст» [11, с. 54].

По художественной литературе хорошо известны многочисленные рефлексии отличий жителей разных городов как особых этнокультурных типов, а также тема превращения природного ландшафта в «культурный». Так, писатель А. Иванов в своей книге «Message: Чусовая» («Чусовая как послание») видит причины различий в менталитетах жителей уральских городов в том, что их формирование происходило под воздействием ландшафта. Рассматривая феномен уральской «горнозаводской цивилизации», которая сформировала уральский характер, автор выделяет в нем две составляющие – «пермскую» и «екатеринбургскую». Западный Урал, на котором расположен Пермский край очень долгий и «покатный», *«и народ привык делать все не спеша, с ленцой... Изменять облик этой земли столь трудоемкий процесс, что за него и браться не хочется: все равно плодов своего труда не увидишь»*. Восточный же склон Уральского хребта, напротив, резко обрывист в Западно-Сибирскую низменность, из которой *«словно высыпается все земные богатства, как в бажовском сказе. И потому дух населения совсем иной: с готовностью к крутым поворотам судьбы, с умением совладать с резкими переменами жизни»* [10].

Как и литература, живопись также традиционно является выразителем городского мироощущения. Художникам разных стилей и эпох (импрессионистам, ситуационистам, реалистам и др.) город представлялся эпицентром современности, местом, наполненным историями жизни людей, имеющим

свой ландшафт и свою душу. Художники творят в сфере «географического воображения», которое Д. Харви определяет как «форму пространственного сознания, позволяющую индивидууму понять роль пространства в его/ее жизни и увидеть события и собственный опыт через призму географии» (цит. по [2, с. 70]).

К. Линч в своей работе «Образ города» акцентирует свое внимание именно на визуальных компонентах мысленного представления о городе [7]. По его мнению, город можно читать как текст, и структура его приближается в каком-то смысле к художественному произведению. Это становится возможным благодаря хорошо читаемым – видимым, заметным, опознаваемым – объектам, которые способны вызвать сильный образ в сознании любого наблюдателя и «навязывают себя чувствам обостренно и интенсивно» [7, с. 22]. А. Лефевр приводит следующий пример: «Париж имеет свою икону – Эйфелеву башню. <...> Меньше чем за сто лет технический объект, который в свое время был технологическим манифестом, превратился в произведение искусства; ему приписывают эстетические качества: элегантность, гибкость, женственная привлекательность. Благодаря этой иконе видимый Париж приписывает эти качества себе» [6, с. 143]. Ситуация, когда на основе одного явления, служащего художественным символом города, возникает целостное представление обо всей городской территории (каслинское художественное литье, палехские шкатулки, вологодские кружева и т.п.), является довольно распространенной. В результате возникает образ городской среды, который не всегда является объективным и адекватным, но при этом весьма наглядным.

Виртуальный образ города в последнее время также стал важным инструментом формирования городской идентичности. Сейчас практически каждый крупный город имеет свой сайт в интернете. По словам Тима Крессвелла, «когда мы пишем “Калькутта”, “Рио” или, к примеру, “Манчестер”, даже те из нас, кто никогда не был в этих местах, имеет о них некоторое представление, ряд смыслов, сформированных посредством фильмов, литературы, рекламы и других

средств передачи информации» (цит. по [15]). С помощью медийных технологий мы можем в любой момент оказаться в разных реальностях городского пространства: от пеших и велосипедных прогулок до автомобильных гонок, от поездок под городом в метро до полетов над городом. Современный крупный город может включать в себя в качестве самостоятельных городских форм образ города-сада, города-завода, города-музея, города-гипермаркета и т.п. Эти образы «можно разворачивать, сворачивать, искривлять в виртуальном поле вполне сознательно с целью получения его определенных свойств и эффектов» [3].

Таким образом, художественные образы городской идентичности, с одной стороны, являются продуктом восприятия городской культуры общественным сознанием, с другой – представляют собой результат и форму концептуальной организации и интеграции представлений о городе [15, р. 65]. Речь идет о существовании различных способов рассуждения о специфике города на «официальном» и «низовом» уровне. Анри Лефевр, например, выделяет городские «иконические» и повседневные образы. Именно «иконические» образы тиражируются посредством СМИ, художественной литературы, кинофильмов, рекламы. В сознании же обычных жителей города или его гостей существуют свои повседневные «банальные» образы, связанные с местами памяти и обыденными практиками. Согласно Лефевру, подобные образы не столько отражают реальность, сколько производят ее [6]. В связи с этим также можно разграничить традиционные образы города, ориентированные прежде всего на туристов и часто разделяемые его жителями, и нежелательные, закулисные, которые власти стараются скрыть, а местные жители не замечать. К последним можно отнести места, связанные с напряжением и психологическим дискомфортом, «гетто» иммигрантов, иностранцев, маргиналов. Городское пространство в этом контексте оказывается своего рода «суммой разнородных контекстов, каждый из которых ориентируется на свою доминанту» [9, с. 66].

Одной из отличительных черт современного искусства является ориентация на кол-

лаж [8], который в данном случае является не только знаковой формой экспрессии постмодернистского искусства, но и выступает в качестве универсального принципа организации городского пространства. Этот принцип проявляется практически во всех феноменах культуры города: коллажность «свободного языкового стиля», допускающая сочетание литературности и арго, стилевой эклектизм архитектурных практик, принцип комбинаторности в моде, сосуществование различных субкультур и культурных общностей, наличие «столичного» и «периферийного», дореволюционного и советского наследия в одной городской среде.

На выстраивание художественных образов города оказывает влияние и объективная городская реальность. Здесь имеет значение и развитость постиндустриальной экономики, и географическое положение (центральность/пограничность городов, природный ландшафт), и культурная стандартизация (наличие патриархальных, этнических, религиозных традиций), и тип политического режима (авторитарность/демократичность политического курса городских элит) и т.п. Эти факторы образуют восприятие городской среды, которая определенным образом интерпретируется людьми и имеет для них субъективную значимость.

Так, благодаря промышленной структуре экономики города в городской идентичности может преобладать индустриальная ментальность и ценностные предпочтения (Волгоград, Омск, Пермь, Екатеринбург). Переход к сервисной экономике и инвестиционная привлекательность города диктует появление в нем «дискурса столичности» и в ценностном плане задает ориентацию на более высокие стандарты потребления (Екатеринбург, Новосибирск, Казань, Нижний Новгород). Длительное развитие города как центра образования и науки обеспечивает большую выраженность в городской идентичности ценности независимости и культурной, гражданской активности (Томск). Подобные аспекты находят свое отражение и в сфере искусства, которое способно ярко артикулировать их смысл, актуализировать их через призму художественных образов.

Библиографический список

1. Авдонин В.С. Проблемы формирования региональной культурной идентичности в депрессивном социально-экономическом контексте (случай Рязанской области) // Культурная политика в регионах и борьба за идентичность / Под ред. В.В. Маланина. Пермь: ПГУ, 2011. С. 7–14.
2. Замятин Д.Н. Культура и пространство: Моделирование географических образов. М.: Знак, 2006. 488 с.
3. Замятин Д.Н. Стратегии интерпретации историко-географических образов России // Мир России. 2002. № 2. С. 105–136.
4. Каганский В.Л. Ареальная парадигма пространственной идентичности: основания, пределы, выход за пределы // Вестн. Пермского научного центра. Спецвыпуск. 2014. № 5. С. 10–19.
5. Кондаков Б.В. Русская литература 1880-х гг. и художественный мир Д.Н. Мамина-Сибиряка // Изв. Уральского ун-та. 2002. № 24. Гуманитарные науки. Вып. 5. С. 9–24.
6. Лефевр А. Другие Парижи // Логос. 2008. № 3 (66). С. 141–147.
7. Линч К. Образ города / Пер. с англ. В.Л. Глазычева, сост. и ред. Л.В. Иконников. М.: Стройиздат, 1982. 328 с.
8. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. СПб.: Алетейя, 1998. 160 с.
9. Митин И. Мифогеография как подход к изучению множественных реальностей места // Гуманитарная география. Научный и культурно-просветительский альманах. Вып. 3. М.: Институт наследия, 2006. С. 64–82.
10. Назукина М.В. Особенности региональной идентичности Пермского края: социокультурный аспект. URL: <http://refdb.ru/look/2348778.html> (дата обращения: 12.03.2015).
11. Созина Е.К. Уральский текст в литературе региона 1800–1820 гг. // Литература Урала: история и современность: Сб. ст. Вып. 4 / Институт истории и археологии УрО РАН. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2008. С. 53–68.
12. Castells M. (1989). The informational city: information, technology, economic restructuring and the urban-regional process. Oxford: Blackwell. 448 p.
13. Gans H. (1962). Urbanism and suburbanism as ways of life: a re-evaluation of definitions // Human behavior and social processes: an interactionist approach / Ed. A.M. Rose. Boston: Houghton Mifflin. P. 625–648.
14. Paasi A., Zimmerbauer K. Theory and practice of the region: a contextual analysis of the transformation of Finnish regions // Treballs de la Societat Catalana de Geografia, Vol. 71–72, 2011. P. 163–178.
15. Raagmaa G. Regional identity and Social Capital in Regional Economic Development and Planning // European Planning Studies. 2002. Vol. 10. № 1. P. 55–76.

Golovneva E.V. The Artistic Image of a City as a Factor of its Urban Identity Development. The artistic image of a city, in the context of a general methodological shift of the science toward the investigation of the city environment, and the role of a person in this environment, is considered. The artistic image of a city, as a specific way of perception of the city by the urban residents is studied, and is also analyzed in the context of urban identity development.

Key words: *art image; urban identity; art.*

Головнева Елена Валентиновна – кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии и дизайна Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. Область научных интересов: культурология, философия культуры. E-mail: golovneva.elena@gmail.com