

ТЕЛЕБАШНЯ КАК ЗНАКОВОЕ ПРОСТРАНСТВО ГОРОДА: РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА ЕКАТЕРИНБУРГА В КИНОВЕЛЛЕ «ХРОНОГЛАЗ» А. ФЕДОРЧЕНКО

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена основным особенностям репрезентации городского пространства Екатеринбурга на примере киноновеллы Алексея Федорченко «Хроноглаз». Актуальность исследования состоит в том, что репрезентация образа современного мегаполиса, в частности, Екатеринбурга – это интерес не только ученых гуманитарных дисциплин, но и горожан. Потребность в отрефлексированном знании об истории города и его культурных особенностях подкрепляется материалами социальных медиа, которые также формируют образ города. Таким образом, фиксировать репрезентацию города в разных медиа – задача теоретиков и практиков (специалистов по брендингу).

Автор обращается к междисциплинарной традиции в изучении текста через теоретические понятия «образ города», «городской текст», «бренд города». Бренд города может задействовать сложившиеся в культуре образы города в целях повышения его известности, узнаваемости. Но важно, что образы пространств в литературе, кинематографе используются писателями и режиссерами как средство и способ донесения авторской идеи, смысла до зрителя и читателя. Художественные образы существуют по особым законам, они не направлены на формирование имиджа или бренда города. Образ города возникает как выражение его уникальности и идентичности. Несмотря на изученность темы, кинообраз Екатеринбурга пока не стал предметом всестороннего рассмотрения и до сих пор недостаточно изучен.

Объект исследования – образ Екатеринбурга в отечественном авторском кино; предмет исследования – режиссерская интерпретация образа Екатеринбурга, а также способы / средства создания образа города. Цель: проанализировать образ города в авторском кино на примере фильма Алексея Федорченко (киноновелла «Хроноглаз»), определить смысл обращения к образам городского пространства и их авторскую интерпретацию. В исследовании использованы следующие методы: теоретические (анализ, синтез, обобщение, классификация), эмпирические (описание, сравнение).

Автор приходит к выводу, что заброшенная телебашня в кадре режиссера выступает неким порталом, с помощью которого можно осуществить путешествие во времени. Телебашня становится помощником главного героя – ученого, который одержим этой идеей. Бетонное сооружение высотой в 232 метра в авторской интерпретации превратилось в мистический объект в центре мегаполиса. А. Федорченко, сохраняя узнаваемость облика современного Екатеринбурга, создает мифологизированный образ города, центром («осью») которого является телебашня. Анализ созданного в 2011 г. фильма не связан с фактом сноса телебашни в 2018 году, но анализ киноновеллы не теряет, а только обретает актуальность.

Кинообразы Екатеринбурга. Введение

Большой ряд современных дисциплин заинтересован в изучении города: городом и его трансформациями занимаются историки, социологи, философы, антропологи, культурологи и многие другие. Образ города в разные эпохи занимал важное место как в художественной литературе,

так и кинематографе.

Образ Свердловска / Екатеринбурга представлен пулом признанных авторов: Анна Матвеева, Алексей Иванов, Алексей Сальников, Ольга Славникова и др. Каждый из писателей по-своему подходит к отображению художественного образа города. Так, для Алексея Иванова в романе «Ёбург» важно зафиксировать исто-

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Покосовская Елизавета Сергеевна
Екатеринбургский музей изобразительных искусств

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Образ города, авторский кинематограф, город как текст, Алексей Федорченко, репрезентация Екатеринбурга в кино

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Покосовская Е. С. Телебашня как знаковое пространство города: репрезентация образа Екатеринбурга в киноновелле «Хроноглаз» А. Федорченко // Управление культурой. 2024. № 1 (9). С. 11–17.

рическую хронику города; Алексей Сальников в романе «Петровы в гриппе и вокруг него» делает Екатеринбург равноправным персонажем, который мистически запутывает героев в собственной географии; в романе Анны Матвеевой «Горожане» город описан через призму отношения героинь и отображен сквозь их личные истории.

Екатеринбург имеет свою кинематографическую историю, связанную с культовыми режиссерами, которые начали свой путь на Свердловской киностудии: Ярополк Лапшин, Сергей Мирошниченко, Алексей Балабанов, Владимир Хотиненко, Алексей Федорченко. Имена этих режиссеров известны далеко за пределами Екатеринбурга. Режиссеры Алексей Федорченко, Василий Сигарев, Владимир Хотиненко участвовали в формировании культурного бренда, связанного с уральской киношколой.

Владимир Хотиненко – знаковая фигура отечественного кино. В криминальной драме «Макаров» (1993) запечатлен Свердловск / Екатеринбург на сломе двух исторических эпох. «Макаров» – это история про суровую действительность 90-х годов в Свердловске, которая пропущена через жизнь интеллигента, провинциального поэта Александра Сергеевича Макарова, и его семьи. Макарову предлагают купить с рук пистолет системы «Макаров», когда он возвращается домой с поэтического вечера. Приобретение оружия становится судьбоносным. Пистолет «Макаров» уже не только оружие и средство самообороны в непростые времена, он превращается в нечто одушевленное. Макаров начинает грезить пистолетом, даже называет его по имени – «Макаров». Во сне он видит себя в роли убийцы: в жизни он не смог противостоять натиску бандита, но зато во сне поэт выстреливает в голову своему обидчику. Город у режиссера тесно связан с авторефлексией героя-художника (Макарова), его попытками заново сконструировать свою потерянную идентичность. Неслучайно в самом начале фильма поэт идет в сумерках по Площади 1905 года и читает стихотворение И. Бродского «Пилигримы». Макаров, как пилигрим, странник, бредущий по ночному городу, замечает изменения и символы уже наступившего нового времени: криминальные авторитеты на иномарках, культ власти, основанной на насилии. В этой действительности герой начинает сомневаться в себе и в своих идеалах и ценностях. Поэтические вечера и интеллектуальные разговоры о современной литературе кажутся анахронизмом и уделом слабых: наличие такого опыта никак не помогает Макарову дать сдачи хулигану. Метафорой, олицетворяющей насилие, становится пистолет, который срабатывает для героя как механизм внутренней защиты от нестабильного внешнего мира. После этой фатальной покупки герой будто раскалывается на две отдельные личности: Макаров-поэт и Макаров-владелец пистолета. Днем Макаров-поэт ведет свою обычную жизнь, а вместе с ночной трансформацией городского пространства переживает изменения и Макаров-владелец оружия.

Также образ Екатеринбурга полноценно фигурирует в современном фильме «Страна 03» (2015)

Василия Сигарева. Город, по которому бродит Ленка Шабалинова, главная героиня, в фильме Сигарева показан как мистическое и опасное место. Мистическое, потому что под Новый год с главной героиней случаются неожиданные приключения, а опасный потому, что эти приключения связаны со странными людьми, которые встречаются ей на пути. Однако город в фильме – не просто фон, на котором развиваются события. Екатеринбург и сам становится сказочным персонажем, он представляет собой некий магический мир, в котором есть Добро и Зло, чудеса и неожиданности. Екатеринбург в фильме Василия Сигарева представлен не просто географической точкой и фоном для развития действия. Образ новогоднего Екатеринбурга представлен как целостный персонаж, который вступает во взаимодействие с героями: принимает, запутывает в географическом и топонимическом пространствах и, наконец, сводит судьбы героев.

Данная статья посвящена исследованию художественного образа Екатеринбурга в современном авторском кинематографе – в творчестве режиссера Алексея Федорченко. Современный Екатеринбург находится в постоянном развитии и поиске своего образа, стиля и имиджа, и отечественный кинематограф творчески «фиксирует» изменения культурного облика Екатеринбурга и транслирует их зрителям. С анализом кинематографической репрезентации города и связана актуальность представленной работы.

Имидж и бренд города в киноязыке

Время и пространство в фильме – одно из мощных художественных средств выразительности для кинематографистов. Так, исследователь кино Эдвард Росс пишет: «Киногород – то самое место, которое четче всего отражает реальный мир, поэтому город является предметом вдохновения многих режиссеров» [1, с. 215]. Кино с начала XX века стремительно входит в повседневную жизнь людей. У нас складывается представление о странах и городах, в которых ни разу не были, смотря на них через призму особого режиссерского взгляда. Плеяде режиссеров «новой волны» представили нам романтический, богемный образ Парижа, который и по сей день фиксируется в массовом сознании и встречается у современных французских режиссеров; Санкт-Петербург для нас это и «бандитский Петербург» Алексея Балабанова, и в тоже время – северная культурная столица, в которой сосредоточились великие русские писатели, поэты и художники.

Алексей Федорченко – современный режиссер из Екатеринбурга, который уже давно известен за пределами города и страны. Обращение режиссера к Екатеринбургу как кинематографическому пространству заставляет задуматься над вопросом: а какие именно смыслы аккумулирует образ Екатеринбурга в авторском кино? В этом заключается проблема исследования.

Для анализа мы обратились к таким теоре-

тическим понятиям, как «образ города», «городской текст», «бренд города». Понятие «локального (городского) текста» обосновано в трудах семиотика культуры Ю. М. Лотмана, отечественных филологов Б. А. Успенского и В. Н. Топорова, в статьях и книгах Л. С. Меднис, Ж. А. Баянбаевой. Образ города анализировался современными исследователями кинематографа Л. М. Немченко, А. С. Темляковой, В. Э. Матизеном, Э. Россом и др. Тем не менее, кинообраз Екатеринбурга не становился предметом всестороннего рассмотрения и до сих пор недостаточно изучен.

Итак, объект исследования – образ города Екатеринбурга в отечественном авторском кино, предмет исследования – режиссерские интерпретации образа Екатеринбурга, а также способы / средства создания образа города.

Цель: проанализировать образ города в авторском кино 2000-х годов на примере фильма Алексея Федорченко (киноновелла «Хроноглаз»), определить смысл обращения к образам городского пространства и их авторскую интерпретацию.

В исследовании использованы следующие методы: теоретические (анализ, синтез, обобщение, классификация); эмпирические (описание, сравнение).

По выражению М. С. Кагана, город как социо-территориальное образование является специфической формой бытия национальной культуры. Город – это создаваемый людьми способ проведения повседневных совместных практик, совместного существования, поведенческих традиций. Именно поэтому любой город есть плод совместной деятельности людей, «вторая природа», культурное образование. Город – это не просто застывшая масса из символов, вещей и предметов. Город – это непрерывный процесс превращений и взаимодействия вышеупомянутых вещей, символов и предметов с окружающей средой и человеком.

Этимологическое значение слова «город, град» – ограда, граница, преграда, защита, укрытие. Город противостоит открытому месту, т. е. безграничному и неструктурированному, нечеловеческому пространству – символу хаоса и смерти. Город – это отгороженность и укрытие, защищенность и безопасность человека во враждебном мире. Город нужен человеку, чтобы преодолеть ужас перед пустым пространством, перед хаосом.

В городе встречаются, пересекаются два пространства: географическое, физическое (место, ландшафт) и семантическое, символическое пространство сознания (город-текст, город-символ, язык города, знаки города) [2].

Как отмечают современные исследовательницы М. В. Усова и Т. П. Фокина, образ города отсылает нас к естественноисторическим законам городского развития, а имидж и бренд – к социальному конструированию и культурной «переделке». Образ города «бытиен» и объективен, он аккумулирует множество уже сложившихся черт в определенную целостность. Имидж города редуцирует это множество черт до конкретного и управляемого набора, целостной

модели. Как образ, так и имидж города формируют коллективные переживания и коллективный опыт. Однако образ города складывался исторически, он естественен. Имидж же города проективен, он стандартизирован по законам определенных коммуникативных технологий. Но имидж и бренд – это не тождественные понятия. Бренд – это имидж особого рода, он интегрирует функциональные возможности, образы и переживания, которые становятся показателями известности (качества и надежности), ожидаемыми потребителем [3].

Современный урбанист и исследователь городов Д. В. Визгалов пишет: «Бренд города ценен не сам по себе, а лишь потому, что помогает в маркетинге города – в продвижении интересов города для решения конкретных задач его развития. Важно понимать, что бренд города придумывается не навсегда» [5, с. 37]. Исследователь также отмечает: «Конструируемый образ города не может быть надуманным или изобретенным, привнесенным извне. Он должен быть как можно более точным отражением идентичности города – представлений городского сообщества о смысле и уникальных чертах своего города» [5, с. 45].

Как именно формируются представления городского сообщества о городе и где именно они фиксируются? Искусство – один из вариантов «творческой записи» представлений о городе. Запечатленные в художественных текстах представления о городе с течением времени складываются в городской (локальный) текст.

Отметим, что со второй половины XX века понятие «текст» стало толковаться расширительно. Как отмечает М. А. Голобов, «литература, искусство, общество, культура, религия и даже сам человек стали рассматриваться как текст. В этой связи появилось понятие интертекста. Интертекст человеческой культуры стал неким «предтекстом», лежащим в основе, предвосхищающим любые «новые» тексты. В результате мир предстал как огромный текст, «в котором все когда-то уже было сказано, а новое возможно лишь как смешение определенных элементов в иных комбинациях» [6, с. 79].

Такое широкое понимание текста побудило развитие междисциплинарных подходов к его изучению и стимулировало исследования «городских текстов».

Отечественный филолог Б. А. Успенский дал одно из самых известных описаний городскому тексту. Для Б. А. Успенского текст – это «семантически организованная последовательность знаков» [7, с. 311]. В. Н. Топоров под знаками городского текста понимает личностно-биографические, историко-культурные, топографические, топонимические, ландшафтные, климатические и другие урбанистические реалии, которые детерминируют процесс порождения художественных образов в произведении [8].

С этих позиций В. Н. Топоровым подробно рассмотрен петербургский текст. По мнению исследователя, город «говорит нам своими улицами, площадями, водами, островами, садами, зданиями, памятниками, людьми, историей, идеями и может быть понят как

своего рода гетерогенный текст, которому приписывается некий общий смысл и на основании которого может быть реконструирована определенная система знаков, реализуемая в тексте» [8, с. 22].

Несмотря на то, что в первую очередь активной разработкой понятия «городской текст» занимались ученые-филологи, анализ городского текста строится не только на традиционных методах литературного исследования. Искусствоведческие знания помогают из множества текстовых знаков распознать те, что относятся к городу. Живопись, музыка, архитектура, кинематограф – все эти виды искусства являются пространством для манифестации городского текста [5].

С середины XX века кинематограф стал влиятельнейшим видом искусства, воздействующим на умы кинозрителей и отчасти программирующим наши представления о мире. Киновед Эдвард Росс пишет: «Для режиссера место обитания персонажей – это копилка символов и смыслов, бездонный источник потенциала. Любая локация неизменно наполнена смыслом. Формы зданий, то, как люди живут в них, природа вокруг – все это влияет на наше восприятие пространства» [9, с. 181].

Итак, имидж и бренд города направлены на социальное конструирование положительного представления об определенном месте. Образ города естественен и историчен, он складывается на протяжении многих лет. Образ города встроен в городской текст. Городской текст или локальный текст, по определению Ж. А. Баянбаевой, – это корпус «текстов о месте», благодаря которым само «место» наделяется рядом дополнительных характеристик [2, с. 77].

Бренд города может задействовать сложившиеся в культуре образы города в целях повышения его известности, узнаваемости. Но важно понимать, что образы пространств в литературе, кинематографе используются писателями и режиссерами как средство и способ донесения до зрителя и читателя авторской идеи, смысла. Художественные образы существуют по особым законам, они не направлены на формирование имиджа или бренда города. Образ города возникает как выражение его уникальности и идентичности, «дух места».

«Город и его образ есть единство его онтологии и метафизики. Имидж же города и его бренд есть единство его модели и культуры. Образ хранит идентичность, имидж – универсальность, бренд единство того и другого» [3, с. 4].

Образ Екатеринбурга в киноновелле Алексея Федорченко «Хроноглаз», 2011 г.

Рассмотрим значение пространства и образа Екатеринбурга, которые создаются режиссером Алексеем Федорченко в киноновелле «Хроноглаз».

С 80-х годов XX века в работах исследователей культуры закрепилось понятие «социальной памяти». Так, английский исследователь К. Крамли понимает под социальной памятью средства, с помощью которых информация распространяется среди индивидов и передается от одного поколения к другому [10].

Одним из «вместилищ» социальной памяти является город: он рождает и организует информационные и коммуникативные процессы, которые связаны с кодированием, хранением, трансформацией и передачей социального опыта. В пространстве города социальная память передается благодаря культурному наследию, которое, с одной стороны, может быть, воплощено в материальных объектах. С другой стороны, информа-



Рис. 1. Григорий Михайлович (главный герой киноновеллы) устанавливает «Хроноглаз» на телебашню

цию о материальных объектах несут сами люди [11].

История с заброшенной телебашней в Екатеринбурге является ярким примером функционирования социокультурной памяти. Телебашня начала строиться в 1986 году, а в 1991 году с наступлением экономического кризиса ее строительство остановилось. В 1990-е годы она была культовым объектом для экстремалов. Для жителей города телебашня прочно вписана в городскую панораму, так как долгое время оставалась одной из самых высоких построек в центре города рядом с цирком. Телебашня привлекала всех: городских активистов как знаковый объект для формирования идентичности города, застройщиков – своим выгодным положением, архитекторов – уникальностью постройки. Уральский режиссер Алексей Федорченко увековечил телебашню в киноновелле «Хроноглаз», сделав ее одним из знаковых пространств своего «кинематографического города».



Рис. 2. Вид на панораму Екатеринбурга через Хроноглаз

История создания произведения такова. В 2012 году Алексей Федорченко принял участие в создании киноальманаха, посвященного теме четвертого изме-

рения. Проект «Четвертое измерение» объединил трех режиссеров из Польши, России и Америки. Примечателен тот факт, что для участия в киноальманахе режиссеры должны были выполнить около сорока причудливых требований продюсера проекта Эди Морети. Так, главным героем обязательно должен был стать маргинал, у которого не должно хватать зубов; в кадре режиссера непременно должно было появиться небо, а один из героев обязан ходить в ботинках для степа¹. По замыслу продюсера эти требования отображают героев «нереальных миров», отвернувшихся от повседневности. Таким героем у А. Федорченко становится ученый Григорий Михайлович, который фанатично пытается протестировать свое гениальное изобретение и давно перестал обращать внимание на обычный ход жизни.

Киноновелла «Хроноглаз» – фантастическая история одного изобретения. По ходу фильма становится очевидным прототип главного героя-ученого – это математик Григорий Перельман. Григорий Михайлович, герой фильма, как и Перельман, отказывается от премии в миллион долларов за научное открытие, чем вызывает у сотрудника налоговой службы недовольство и подозрения – своим желанием существовать вне заданной государством системы. Главный герой Федорченко бьется над созданием величайшего изобретения XXI века, с помощью которого можно осуществить путешествие во времени. «Машинка времени» – так скромно и ласково называет ее Григорий Михайлович. Для того чтобы она заработала, нужно установить две антенны – на телебашне и под землей. Первая принимает сигналы из космоса, а вторая – подземные. Сигналы соединяются и проецируют изображение прошлого и будущего на монитор.

В начале киноновеллы в кадр режиссера попадает пригород, из окон электрички открывается обычный провинциальный вид на садовые дома. Григория Михайловича высаживают из электрички, и он оказывается на станции Электродепо.

- *А ты каждый день куда мотаешься?*
- *До Ярков.*
- *Там же ничего нет, кладбище только.*

Из диалога с полицейским становится понятно, что Григорий Михайлович ездит каждый день на кладбище. Завершается эпизод кадром: ученый, бредущий по пригородной станции. В следующем кадре Григорий поднимается по заржавленной лестнице телебашни, чтобы установить там свой аппарат. В момент установки «Хроноглаза» камера фиксирует панораму Екатеринбурга с высоты телебашни. Но вид города не привлекателен, а объекты города не представляют собой «визитную карточку» для туриста. Несмотря на то, что в камеру попадают центральные улицы, облик города

не парадный: небо затянуто тучами, серый вид на Плотинку. Далее «взгляд кинокамеры» спускается вниз – по телебашне – и следит за ученым, который идет домой мимо гаражей и мусорных урн, а потом поднимается по лестнице грязного подъезда с облупленной



Рис. 3. Телебашня в кадре режиссера А. Федорченко

краской на стенах.

Важно, что по колориту пригородный и городской пейзажи практически неотличимы друг от друга. Принцип съемки у Федорченко таков, что центр города все время оборачивается собственными задворками. Конечно, этот растянувшийся по фильму пейзаж отображает состояние героя, Григория Михайловича, который живет воспоминаниями. Традиционная оппозиция «окраина (периферия) – центр города» не работает у Федорченко, пространство фильма как будто воплощает потерянность героя в настоящем, его маргинальность. Город начинает казаться проекцией душевной травмы, которую переживает герой.

Заброшенная телебашня в кадре режиссера выступает неким порталом, с помощью которого можно осуществить путешествие во времени. Телебашня становится помощником ученого, который одержим этой идеей. Бетонное сооружение высотой в 232 метра в авторской интерпретации превратилось в мистический объект в центре мегаполиса. «Какие демоны тебя ведут? На что они готовы для тебя? И врут они тебе или не врут, Целую в сердце нежно и любя?» Это слова из песни «Демоны» группы «Смысловые галлюцинации», которая звучит в момент, когда герой поднимается на телебашню устанавливать «Хроноглаз». Какие демоны ведут ученого? Кажется, что имя этим демонам – счастливые воспоминания о прошлом. Прошлое, которое безвозвратно ушло вместе с близкими людьми. Ноты и клавиши, снова ноты и клавиши каждый раз обречен видеть ученый. Так уж устроена «машинка времени», взгляд которой всегда субъективен и случаен. Героями величайших мировых событий могут стать обычные люди и чучела животных.

«Это все лишь жалкий коллаж из случайностей, событий, ненужных предметов. Узкий взгляд человека на события, в которых он ничего не понимает. Мне нужен взгляд Бога!», – восклицает ученый. На экране появляется плачущий младенец в хлеву и морда осла – вот каков взгляд Бога. Суровая насмешка над человеком, который решил познать все на свете.

¹ Андреев В. Уральский режиссер запустил на недостроенную телебашню математика Перельмана // Урал. Комсомольская правда [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ural.kp.ru/daily/25865/2831935/> (дата обращения 10.02.2024)

«Четвертое измерение» – так звучит название проекта. Для Федорченко герой запутался в собственных измерениях, Григорий Михайлович стоит перед выбором между временем, свободой и любовью. «А что есть сегодня? Если время – это четвертое измерение нашего пространства, то почему не может быть такого, что вы движетесь по оси времени в одном направлении, а я в другом?», – задумчиво размышляет ученый.

Результаты и обсуждение

О Фрейду творчество – это сублимация бессознательного. Изобретение ученого – это в каком-то смысле творчество. В авторской интерпретации режиссера телебашня – часть научно-фантастического объекта, который помогает разобраться с травмами прошлого.

Е. К. Созина отмечает, что можно говорить о двух условно сложившихся способах изображения города и двух его архетипах. Первый – город мифологизированный, «обладающий нестойкостью координат». Второй – город реалистически достоверный, «время которого исторично, а пространство чаще всего не деформировано», образ такого города даже при некоторой символизации не разрушает иллюзию жизненного правдоподобия [12].

Федорченко, сохраняя узнаваемость облика современного Екатеринбурга, создает мифологизированный образ города, центром («осью») которого является телебашня. Именно она – та точка «перехода», которая соединяет город с другими измерениями, осуществляет связь между персональной травмой героя и исторической памятью. Образ среды, в которой существует герой, не чужд ему, а наоборот отражает внутреннее состояние надломленного душевной травмой человека.

Фильм Федорченко, вдруг оказавшийся актуальным в 2018 году, когда башня была снесена², не только предлагает авторский взгляд на образ города, но и провоцирует на размышления о телебашне как социокультурном объекте и месте памяти: несмотря на то, что физически телебашня уже перестала существовать, она продолжает жить в культурных текстах, в сознании людей (которые участвовали в акциях протеста, присутствовали во время сноса или были на самой башне когда-то), и в городском пространстве – как «минус-прием». Возможно, именно отсутствие в городском пейзаже значимого объекта будет еще больше способствовать его символизации.

В структуру кинематографического образа Екатеринбурга, как правило, включаются настоящие география местности, особенности климата, названия улиц, реальная архитектура. Режиссеры нередко показывают свое отношение к изменениям в городе и первоначальному историческому облику Екатеринбурга через кинематографическую фиксацию «мест памяти». В то же время приметы города «становятся основой для мистификации и мифологизации» [13] и/или превращаются в проекцию внутреннего мира героя. Кинематографический образ города «двойко интерпретирован» (в нем смешано реальное и ирреальное, подлинное и неподлинное, причем «неподлинное» связывается с повседневностью, обыденностью, а «подлинное» – с трудно определяемой, но легко ощущаемой мистической или психологической составляющей). С одной стороны, образ Екатеринбурга в кино апеллирует к уже сложившейся традиции изображения города (например, в литературе) [13], и в то же время прививают городу «мифическую атмосферу», делая его облик более фикциональным [14].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- [1] Липовецкий М., Боймерс Б. Перформансы насилия: литературные и театральные эксперименты «новой драмы». М.: Новое литературное обозрение, 2012. 376 с.
- [2] Баянбаева Ж. А. Локальный текст и его функции (на примере алма-атинского локального текста) // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2016. № 2. С. 77-84. EDN WAWOGZ.
- [3] Усова М. В., Фокина Т. П. Современные социальные практики управления имиджем города в сетевом обществе // Вестник Поволжского института управления. 2014. № 4 (43). С. 78-83. EDN SMEOVF.
- [4] Аронсон О. Метакино. М.: «Ад Маргинем», 2003. 264 с.
- [5] Визгалов Д. В. Брендинг города / [предисл. Л. В. Смирнягина]. М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. 160 с.
- [6] Голобов М. А. Городской текст и ракурсы его интерпретации // Вестник ТГУ. 2008. № 1. С. 178-182. EDN IIVYYJ.
- [7] Успенский Б. А. Поэтика композиции. М: Азбука, 2000. 348 с.
- [8] Топоров В. Н. Петербургский текст русской литературы: Избранные труды. СПб: «Искусство-СПБ», 2003. 616 с.
- [9] Росс Э. Как устроено кино. Теория и история кинематографа / пер. с англ. Е. Тортуновой. 2-е изд. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 208 с.
- [10] Crumley C. L. Exploring Venues of Social Memory // Social Memory and History: Anthropological Perspectives / ed. by J. J. Climo, M. G. Cattel. Walnut Creek: Alta Mira Press, 2002. P. 39-52.
- [11] Нора П. Между памятью и историей: проблематика мест памяти // Франция-память. СПб., 1999. С. 17-70.
- [12] Созина Е. К. Екатеринбургский текст Натальи Смирновой // Урал. 2005. № 4.
- [13] Нил С. Арт-кино как институция // Логос. 2002. № 5-6.
- [14] Абашев В. Пермь как текст. Пермь в русской культуре и литературе XX века. Пермь: Издательство Пермского университета, 2000. 404 с.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Покосовская Елизавета Сергеевна – заведующая издательским отделом Екатеринбургского музея изобразительных искусств (620014, Екатеринбург, ул. Воеводина, 5); e-mail: elisavahobbs@gmail.com.

² Недостроенную 220-метровую телебашню демонтировали в Екатеринбурге. ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/5062198> (дата обращения 15.02.2024)

REPRESENTATION OF THE IMAGE OF EKATERINBURG IN THE FILM NOVEL «CHRONOGLAZE» BY URAL FILM DIRECTOR ALEXEY FEDORCHENKO

ABSTRACT

The article is devoted to the main features of the representation of the urban space of Yekaterinburg using the example of Alexey Fedorchenko's film novel "CHRONOGLAZE". The relevance of the study is that the representation of the image of a modern metropolis, in particular Yekaterinburg, is of interest not only to scientists in the humanities, but also to citizens. The need for reflected knowledge about the history of the city and its cultural characteristics is reinforced by social media materials, which also form the image of the city. Thus, recording the representation of the city in different mediums is the task of theorists and practitioners (branding specialists).

The author turns to the interdisciplinary tradition in the study of text through the theoretical concepts of "city image", "urban text", "city brand". A city brand can use the cultural images of the city in order to increase its fame and recognition. But it is important that images of spaces in literature and cinema are used by writers and directors as a means and way of conveying the author's idea and meaning to the viewer and reader. Artistic images exist according to special laws; they are not aimed at creating the image or brand of the city. The image of a city arises as an expression of its uniqueness and identity. Despite the topic being studied, the film image of Yekaterinburg has not yet become the subject of comprehensive consideration and is still insufficiently studied.

Object of study: the image of Yekaterinburg in domestic auteur cinema, subject of study: director's interpretation of the image of Yekaterinburg, as well as ways/means of creating the image of the city. Goal: to analyze the image of the city in auteur cinema using the example of Alexey Fedorchenko's film (film novella "CHRONOGLAZE"), to determine the meaning of referring to images of urban space and their author's interpretation. The following methods were used in the study: empirical (description, comparison); theoretical (analysis, synthesis, generalization, classification).

The author comes to the conclusion that the abandoned television tower in the director's frame acts as a kind of portal with the help of which one can travel through time. The TV tower becomes an assistant to the main character - a scientist who is obsessed with this idea. In the author's interpretation, a concrete structure 232 meters high has turned into a mystical object in the center of the metropolis. A. Fedorchenko, while maintaining the recognizable appearance of modern Yekaterinburg, creates a mythologized image of the city, the center ("axis") of which is the television tower. The analysis of the film created in 2011 is not related to the fact of the demolition of the television tower in 2018, but the analysis of the film novel does not lose, but only gains relevance.

AUTHORS' INFORMATION

Pokosovskaya Elizaveta Sergeevna
Yekaterinburg Museum of Fine Arts

KEYWORDS

Image of the city, author's cinema, city as a text, Алексей Федорченко, Representation of Ekaterinburg in cinema, the film novel Chronoglaz

FOR CITATION

Pokosovskaya E. S. Representation of the image of Ekaterinburg in the film novel «Chronoglaze» by ural film director Alexey Fedorchenko // *Managing of Culture*. 2024. № 1 (9). С. 11–17.

REFERENCES

- [1] Lipovetsky M., Beumers B. Performances of violence: literary and theatrical experiments of the "new drama". M.: *New Literary Review*, 2012. 376 p.
- [2] Bayanbaeva Zh. A. Local text and its functions (using the example of Alma-Ata local text) // *Bulletin of RUDN University. Series: Literary Studies. Journalism*. 2016. No. 2. P. 77-84. EDN WAWOGZ.
- [3] Usova M.V., Fokina T.P. Modern social practices of managing the city's image in a network society // *Bulletin of the Volga Region Institute of Management*. 2014. No. 4 (43). pp. 78-83. EDN SMEOVF.
- [4] Aronson O. *Metakino*. M.: "Ad Marginem", 2003. 264 p.
- [5] Vizgalov D.V. *City branding* / [preface. L.V. Smirnyagina]. M.: Institute of Urban Economics Foundation, 2011. 160 p.
- [6] Golobov M. A. Urban text and angles of its interpretation // *Bulletin of TSU*. 2008. No. 1. P. 178-182. EDN IIVYYJ.
- [7] Uspensky B. A. *Poetics of composition*. M: Azbuka, 2000. 348 p.
- [8] Toporov V.N. *Petersburg text of Russian literature: Selected works*. St. Petersburg: "Iskusstvo-SPB", 2003. 616 p.
- [9] Ross E. *How cinema works. Theory and history of cinema* / trans. from English E. Tortunova. 2nd ed. M.: Mann, Ivanov and Ferber, 2018. 208 p.
- [10] Crumley C. L. *Exploring Venues of Social Memory* // *Social Memory and History: Anthropological Perspectives* / ed. by J. J. Climo, M. G. Cattel. Walnut Creek: Alta Mira Press, 2002. pp. 39-52.
- [11] Nora P. *Between memory and history: Problems of places of memory* // *France-memory*. St. Petersburg, 1999, pp. 17-70.
- [12] Sozina E. K. *Ekaterinburg text by Natalia Smirnova* // *Ural*. 2005. No. 4.
- [13] Neil S. *Art cinema as an institution* // *Logos*. 2002. No. 5-6.
- [14] Abashev V. *Perm as a text. Perm in Russian culture and literature of the 20th century*. Perm: Perm University Publishing House, 2000. 404 p.

AUTHORS' INFORMATION

Pokosovskaya Elizaveta Sergeevna – head of the publishing department of the Yekaterinburg Museum of Fine Arts (620014, Ekaterinburg, st. Vojvodina, 5); e-mail: elisavahobbs@gmail.com.