

Ю.В. Преображенский

УДК 911.375.6

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского

ФОРМИРОВАНИЕ ЛИТЕРАТУРНЫХ И КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКИХ ХРОНОТОПОВ ГОРОДОВ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Формирование и развитие культурного пространства города на литературной и кинематографической основе представляется перспективным. Для этого предлагается «привязывать» к конкретным элементам структуры городского культурного пространства места и маршруты из данных источников. В результате оказывается возможным выделять соответствующие хронотопы, свойственные тому или иному художественному пространству-времени. Описывается таксономия литературных и кинохронотопов, приводятся примеры литературного картирования. Для российских городов предлагаются этапы выделения художественных хронотопов, обсуждаются сложности их формирования.

Ключевые слова: *хронотоп города, культурное пространство, медленный туризм, литературное картирование, кинотуризм.*

Yu. V. Preobrazhenskiy

Saratov State University

FORMATION OF LITERARY AND CINEMATIC CHRONOTOPES OF CITIES FOR THE PURPOSES OF TOURISM DEVELOPMENT

The formation and development of the cultural space of the city on aliterary and cinematic basis is promising. To do this, it is proposed to “link” places and routes from these sources to specific elements of the structure of urban cultural space. As a result, it is possible to identify the appropriate chronotopes peculiar to a particular artistic space-time. The taxonomy of literary and film chronotopes is described, examples of literary mapping are given. For Russian cities the stages of allocation of art chronotopes are offered, difficulties of their formation are discussed.

Keywords: *chronotope of the city, cultural space, slow tourism, literary mapping, film tourism.*

Введение. Современные города с относительно стабильным туристским потоком всё больше открываются навстречу новым возможностям репрезентации себя, умножая перечень своих различных фасадов и вывесок. Наиболее активные туристические центры обладают весьма существенным спектром туристических специализаций: от литературной до промышленной.

Создание городов как туристических центров идёт в трёх направлениях, а именно в на-

правлении усиления натурального, социального и информационного пространства (подробнее см. [1]). В частности, города с наибольшим туристическим потоком и претендующие на этот статус активно работают в брендовом (информационном) пространстве, конструируя свои специализированные хронотопы как некоторую сумму представлений о части своей территории, ограниченную также во времени. Подобная информационная надстройка города во многом превалирует над ним как реальным местом.

На выбор человека (в том числе туриста) в его поведении в городском пространстве помимо прочего влияют нерациональные, эмоциональные побуждения. В этой связи возможно говорить о «топофильных» и «топофобных» районах и участках города (см. подробнее

© Преображенский Ю.В., 2019

Преображенский Юрий Владимирович,

к. геогр. н., доцент кафедры экономической и социальной географии, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, topofag@yandex.ru

Таблица 1

Примеры временных и территориальных рамок хронотопа в литературе и кино

Хронотоп	Произведение/ фильм	Размерность	Время
Калабуховский дом в Москве	«Собачье сердце»	IV порядка	кон. 1924-1925 гг.
Дублин	«Улисс»	II-го порядка	16 июня 1904 года
Рим	«Римские каникулы»	II-го порядка	начало 1950-х гг.
Двор в районе Гринвич-Виллидж (Нью-Йорк) ¹	«Окно во двор»	IV порядка	начало 1950-х гг.
Берег Волги у Саратова	«Строится мост»	III-го порядка	начало 1960-х гг.

И.Фу.Туан [2]). Впечатления от повести или кинофильма способны, во-первых, знакомить читателя/зрителя с каким-либо местом, а во-вторых, усиливать аттрактивность последнего, умножая «топофильность» места и города в целом. В результате оно тиражируется на открытках, в сети и пр., репрезентуя себя как культурный феномен.

В.Г.Туркина полагает, что «...город существует в двух ипостасях: как действительно существующий, как реальность, воплощенная в камне, в формате овеществленных пространственных решений, и как предмет рефлексии в пространстве мышления, субъектом которой становятся те, кто осваивает город и выстраивает его культурный ландшафт у себя в представлении, памяти» [3, с. 125]. В этом процессе велика роль искусства, в частности литературы и кино.

В свою очередь З.Ю. Желнина отмечает следующее: в культурологическом исследовании туризм предстает объектом герменевтической интерпретации, то есть рассмотрения этой деятельности как текста, где переплетаются ценности участников путешествий, контексты туристских событий и смыслы культурных ландшафтов, при этом само путешествие значимо и как импульс развития культуры, и как форма существования, воспроизводства культурного наследия и текущего бытия [4, с.137]. Насыщение социального и информационного пространства города специальными (уникальными) практиками и смыслами позволяет перейти от формы «жесткого» туризма к его «мягкой форме».

«Мягкий» или «медленный» туризм противостоит невротизирующей скорости впечатлений и коммуникаций и предполагает умеренный темп перемещения, длительные остановки в одной точке маршрута, взаимодействие с жителями в экскурсионных и творческих программах, предполагает при-

нятие места как ресурса личного роста [4, с. 140]. Такой вид туризма позволяет индивиду «слиться» с обстановкой, окружающей его любимого литературного или киногероя, и отсюда до какой-то степени отождествить себя с ним. При этом до известного предела город превращается в игровую площадку [5], в обширную квест-зону.

Говоря про современный большой город (он называет его метрополисом), Н. Харламов отмечает, что тот представляет из себя «коллекцию различных реальностей» из которых «виртуальные реальности обладают своими смыслами и производятся специфическими социальными агентами» [6, с. 3].

Размерность городских хронотопов и их выделение. Упомянутые выше «реальности» города имеют своё пространственное выражение, которое мы называем хронотопом. Отметим, что городской хронотоп (и хронотоп вообще) поддается таксонированию. Можно выделить четыре таксона (на город приходится три из них) [7]. Верхний таксон (I порядка) представляет собой физико-географическую провинцию, обширную местность, например, российский Север. Следующий таксон (II порядка) включает в себя город целиком. Таксон III порядка включает часть города, какой-то узнаваемый, относительно однородный район. Наконец хронотоп IV порядка представляет собой двор или большой дом. Примеры литературных и кинематографических хронотопов можно видеть в таблице.

Российские города активно ищут пути роста своего имиджа как туристического центра. В этом роль кино и литературы может быть при определенных условиях велика (см., например, [8, 9]). Каким образом возможно будет усилить эти стороны информационного пространства города?

На первом этапе необходимо картирование городских объектов, имеющих отношение к литературе и кино. В частности, этот метод (картирование пространства в художествен-

¹ В фильме были созданы декорации на основе реального двора

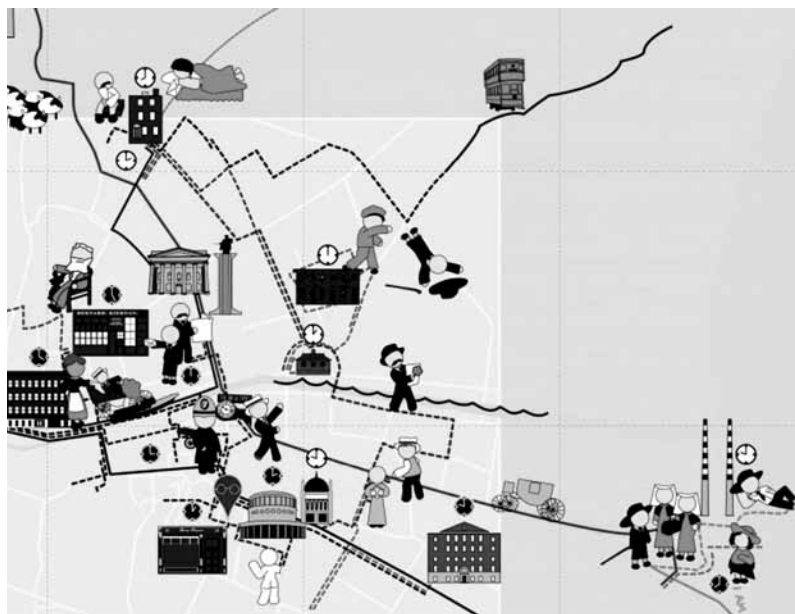


Рис. Фрагмент маршрутов героев из романа Дж. Джойса «Улисс»

Источник: <https://visual.ly/community/infographic/history/ulysses-dublin>

ной литературе, или литературное картирование пространства) предлагает А.В. Фирсова [10, с. 144].

Отметим, что в большинстве российских городов литературная карта понимается в первую очередь как карта домов-музеев писателей. Такова, например, литературная карта Москвы², где помимо таких музеев представлены книжные магазины, выставки и пр. Однако литература в контексте ЖЗЛ и банальной сферы услуг не может подменить собственно литературно образный пласт города, отрефлексированный в художественном произведении.

Целесообразно создание на федеральном уровне специализированной мультимедийной системы, включающей все маршруты и даты перемещений литературных героев. Таким образом, можно будет обнаружить, где и в каком году персонаж «Героя нашего времени» Грушницкий встретился с героем другого произведения.

В то же время зарубежные культурные центры (прежде всего европейские) активно капитализируют своё привязанное к месту литературное наследие, благо здесь достаточно всемирно известных авторов. Возможно наиболее показательным в этом плане будут герои романа Дж. Джойса «Улисс», события которого разворачиваются в течение одного дня в Дублине (Ирландия) — см. рис.

В отношении сферы кино немногие города могут считаться регулярными площадками для съёмок. Задействование городских ландшафтов в фильме зависит в том числе от общего количества выпускаемых каждый год

в стране фильмов. При этом в кадр попадают или узнаваемые городские доминанты или типичные кварталы.

А.И. Янкович справедливо замечает следующее: «... появление дестинации на экране способствует выгодному ее продвижению на туристском рынке. Выгодно это не только агентствам, но и другим участникам рынка (например, транспортным компаниям)...» [11, с. 81].

Интересную информацию по местам съёмок зарубежных и отечественных фильмов приводит Ю.М. Белозерова [12]. Также она отмечает существенное количество поисковых запросов в сетевых поисковиках на тему «где снимали тот или иной фильм».

На втором этапе целесообразно выделение территориальной структуры литературного и кинематографического пространства. В частности, перспективно следовать модели, предложенной К. Линчем в книге «Образ города», включающей пять составляющих восприятия города: путь, ориентир, граница, узел, район. Наиболее важными из них для интересующих нас видов туризма являются ориентир, путь, узел. Конечно, проложить маршрут возможно только, если в самом произведении он присутствует.

Важное значение имеют и узлы, где пересекаются пространства различных литературных и кинематографических хронотопов (в условиях достаточной их плотности). Ориентир же, как правило, является точкой входа из реального пространства в пространство художественного хронотопа.

Третьим этапом является создание соответствующей инфраструктуры, которая должна отвечать принципам насыщенности и соответствия.

² <http://bookmaps.ru>

Насыщенность проявляется в плотности туристической ткани города — дестинации должны находиться в небольшом отдалении друг от друга.

Соответствие хронотопу предполагает, что перемещение осуществляется посредством характерных для хронотопа средств передвижения (конный экипаж, велосипед, трамвай, поезд). Социальные практики в идеале должны соответствовать хронотопу образа, в крайнем случае быть нейтральными, не разрушать характерные его особенности. В принципе, развитие современного градостроительства движется в сторону увеличения пешеходных пространств, создания общественных зон взаимодействия, площадок multifunctional использования под проводимые фестивали, выставки, встречи, мастер-классы и пр. Всё это может быть при минимальной доработке использовано для целей создания образа города, соответствующего искомому хронотопу.

Проблема недостатка финансирования для этих целей в городских бюджетах российских населённых пунктов, конечно, актуальна и решается постепенными улучшениями.

Для литературного пространства важен отличающийся дизайн. В частности, можно создать информационные табло с маршрутом по мотивам произведения.

Формирование бренда города как местобитания известных литературных и кинематографических персонажей и историй представляет собой достаточно кропотливую работу. Российские города по большей части бедны литературными и кинематографическими образами. События прошлых веков (отражённые в них) или никак или с крайне низкой долей достоверности привязаны к конкретным городским координатам. Безусловно возможным и оправданным можно считать «закрепление» за отдельными зданиями и районами роли функции сцены происходящих событий, с учётом, конечно, всех нюансов.

Отмечая бедность российских городов в сфере вовлечённости в литературу, мы не считаем, что это камень преткновения. Многие города, регионы ждут своего литературного и кинематографического мифотворчества — разумеется, в допустимых пределах. Например, в Саратовской области не написаны исторические повести о Стеньке Разине (есть только утёс его имени), об Емельяне Пугачёве. Возможно, ждёт часа своего написания роман о Ю.А. Гагарине в Саратове, где он учился и неподалёку от которого приземлился после космического полёта.

Подобные вещи не пишутся под заказ: здесь нужен талант, увлечённость местом

и временем. В то же время некоторые базовые несубъективные условия, связанные с системой поддержки и «раскрутки» способных авторов, в стране созданы явно недостаточно, в том числе и потому, что подобного рода творчество окупается непрямо (т. е. польза от него будет в сложно капитализируемом брендинге региона) и не в ближайшей перспективе.

Говоря о кинотуризме как практике российских городов, И.С. Зырянова и М.О. Тиунова отмечают, что «самым успешным современным проектом для Перми можно считать ленту «Географ глобус пропил» (2013 г., режиссер А. Велединский). Фильм снят по одноимённому роману писателя А. Иванова. Действие фильма происходит в Перми. В картине в эпизодических ролях занято немало пермских актёров. Пермь узнали как родину несчастного учителя географии, а край увидели в великолепии уральских ландшафтов» [13, с. 71].

Поволжские города, в частности Саратов, не имея широко известных доминант, способны развивать свои хронотопы XIX века и первой трети XX века. В частности, перспективны истории по мотивам яркой и сложной судьбы немцев Поволжья, внёсших крайне существенный (и, возможно, не до конца отрефлексируемый) вклад в развитие Саратова и ряда районов тогдашней губернии и области. В архитектурном пространстве города сохраняется возможность репрезентации подобных хронотопов (в частности, фабричного [14]). Интересно, например, история так называемого саратовского ледокола, которая может стать важной составляющей литературного сюжета или киноистории.

Определённо и другие регионы обладают существенным ресурсом в сфере экранизации своих исторических знаковых вех, но не вполне осознают их в таковом качестве.

Выводы. Отмечая значительные перспективы от развития литературного и кинотуризма, мы сталкиваемся с проблемой материала для выделения в пределах российских городов специальных художественных хронотопов. Для её решения необходима планомерная интеллектуальная и организационная работа. Процесс выделения художественных хронотопов позволит перейти к форме т. н. «медленного» (или «мягкого») туризма. Очевидно, что пересечение специализированных литературных и кинематографических дестинаций создаёт положительный эффект на ориентированную на туристов инфраструктуру, продлевает время пребывания туриста в городе.

Библиографический список

1. Белозерова Ю.М. Роль медиаискусств в развитии туризма и экономики регионов // Наука телевидения. 2017. Т. 13. № 3. С. 43–56.
2. Гуров С.А., Страчкова Н.В., Алексеенко М.А. Литературный туризм: систематика и географические тенденции развития // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. 2018. Т. 4 (70). № 3. С. 3–16.
3. Желнина З.Ю. Потенциал этнографического туризма в развитии культурной идентичности этносов // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. 2018. Т. 4 (70). № 2. С. 136–144.
4. Зырянова И.С., Тиунова М.О. Кино как способ продвижения предприятий сервиса в Перми // География и туризм. 2018. № 2. С. 70–72.
5. Макарецва Л.В., Преображенский Ю.В. Хронотоп города в туристическом пространстве страны (на примере г. Саратова) // География и туризм. 2019. № 1. С. 183–188.
6. Мартыанова Е.Г., Чеснова Е.Н. Особенности исследования и развития литературного туризма как разновидности культурного туризма в России и Тульской области // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. 2017. № 1 (21). С. 69–79.
7. Преображенский Ю.В. Составляющие туристического пространства и его эволюция (на примере Саратовской области) // География и туризм. № 2. 2018. С. 17–22.
8. Преображенский Ю.В. Хронотоп в современном географическом дискурсе // Вестник Тверского государственного университета. Серия: География и геоэкология. 2017. № 3. С. 65–73.
9. Терентьева О.В. Городское пространство как площадка для игры (с позиции туризма) // География и туризм. №2. 2018. С. 73–75.
10. Туркина В.Г. Языковое пространство города: вербальные и невербальные контексты // На путях к новой школе. 2010. № 1. С. 124–128.
11. Фирсова А.В. Литературный туризм как продукт культурного картирования // Вестник Удмуртского университета. Серия Биология. Науки о Земле. 2012. № 2. С. 142–148.
12. Харламов Н. Виртуальные города: большой город в эпоху технической воспроизводимости URL: http://www.sociolog.net/virt_NHarlamov.pdf (дата обращения 22.10.2019)
13. Янкович А.И. Международный кинотуризм как драйвер межкультурного обмена и экономического развития // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2019. № 2. С. 77–83.