



УДК 130.2:7.01  
ББК 87.8

## ФРАКТАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ ГОРОДА В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОЕКТАХ НОВЫХ МЕДИА <sup>1</sup>

Николаева Елена Валентиновна

Кандидат культурологии, доцент  
Московского государственного университета дизайна и технологии  
elena\_nika@bk.ru  
ул. Садовническая, 33, 117997 г. Москва, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье рассматриваются образы города, созданные в рамках художественных проектов новых медиа (цифрового фрактального искусства на сайте deviant.com, рекламных интернет-конкурсах цифровых фотографий и медийных коллажей «Stolichnaya история» («Кристалл»), «Утро в городе» («Coffee Bean»), «Городская Феерия» («Ford Fiesta»), «SimplyCity» («Hugo Boss»)) и мультимедийного проекта Джона Рафмана (Jon Rafman) «You, The World, and I». Образы города, городской культуры и городской ментальности, представленные в указанных проектах анализируются с позиций фрактальной семиотики, выявляется присущая им топологическая и концептуальная фрактальность. Делается вывод, что образ города в проектах новых медиа оказывается не столько фрактальным паттерном реального, пусть даже анонимного города, сколько концептуальным фракталом Города как онтологической категории.

**Ключевые слова:** медиаобраз города, искусство новых медиа, художественные интернет-проекты, цифровое искусство, концептуальный фрактал, медиакультура, медиафилософия.

Город как особый феномен культуры обладает чрезвычайно сложной проксемической структурой и в связи с этим представляет собой один из самых «оживленных перекрестков» гуманитарной рефлексии. Архитектурное, историческое, социальное, культурное, антропологическое, экономическое, визуальное, текстуальное и киберпространство города давно превратилось в своего рода научно-практическую междисциплинарную лабораторию. С разных исторических высот и под разными научными углами зрения Город может представлять: как философская утопия (Платон, Т. Кампанелла), как идеальный тип (М. Вебер) и как историко-культурная индивидуальность (Ф. Бродель), как социальный организм (Г. Зиммель) и социокультурная среда (Л.Б. Коган, В.Л. Глазычев), как мифологический текст (В.Н. Топоров), семиотичес-

кая система (Ю.М. Лотман) и социокультурный миф (Р. Барт), как структурно-коммуникационная «свалка» (Ж. Бодрийяр), глобальный город (С. Сассен), «постметрополис» и «simcity» (Э. Соха) и т. д. Город препарировать на части, рассматривают под микроскопом его архитектурные формы, этнические и демографические срезы, социально-экономические показатели, социокультурные развлекательные и повседневные практики. Возникают и анализируются все новые кинематографические и фотографические версии реальных и фантастических городов, виртуально-игровые мегаполисы, кибергорода и «электронные» города (digital cities). Эти города функционируют как медиатексты и составляют часть глобальной медиареальности, которая проникает во все уголки человеческой жизни и сознания [6, с. 7–39]).

Вплоть до XX в. образы города создавались с помощью «старых» медиа: городские ландшафты запечатлевались на живописных полотнах, а из новелл и романов складывались литературные «мифы» городов, такие как, например, Петербург Достоевского или Лондон Диккенса.

Индустриальная эпоха постепенно превратила город-миф, в котором реализовался или изначальный космогонический принцип организации пространства (средневековая Москва), или сконструированный социокультурный миф (Санкт-Петербург – «Северный Амстердам»), в город-коллаж. Очевидно, что возникновение города-коллажа обусловлено самой исторической динамикой изменения городского пространства во времени (яркий пример – Париж: башня Монпарнас, центр современного искусства Бобур, район Дефанс) и социокультурным миксом Нового времени (Нью-Йорк: Уолл-стрит, Чайна-таун и т. д.). Коллаж не только стал знаковой формой экспрессии постмодернистского искусства, но уже давно выступает в качестве универсальной урбанистической парадигмы, смешивающей в каждой точке городского пространства фрагменты самых разных типов хронологических и культурных «текстов». Более того, в городе-коллаже смешались не только стили и формы, но и способы физического и ментального освоения – и соответственно, медийной репрезентации – городской среды. К горизонтальному вектору передвижения по городу (от пеших и велосипедных прогулок до автомобильных гонок/пробок) добавился вертикальный (от поездок под городом в метро до парения над городом на акведуках, подвесных монорельсовых дорогах, на крышах небоскребов и в кабинах вертолетов). Динамика повседневного проживания городского пространства все больше стала напоминать сюрреалистический кинематограф (а затем видеоклип) с его техникой скоростного и «рваного» монтажа кадров.

При этом почти весь XX в. наиболее важными из культурных практик обобществления субъективных городских образов были видовые почтовые открытки, которые пересылались путешественниками своим друзьям и близким из других городов. Набор открыток с видами посещенных городов так-

же долгое время был неперенным алиби путешествия, простейшим «медиафайлом», фиксировавшим образ города в сознании и на «мобильном» материальном носителе. В дальнейшем к почтовым открыткам добавились фотографии путешественников на фоне городских достопримечательностей – сначала постановочные, сделанные профессиональными фотографами в знаковых местах города (на центральной площади, у старинного здания, возле знаменитого фонтана и т. п.), затем любительские, которые дали возможность запечатлеть нетривиальные городские объекты и периферийные пространства городской культуры. Отметим, что городская культура сама по себе породила особый тип визуальности, в которой зримое неизбежно превращается в зрелищное [7, с. 448–483] (точно так же, как и в абстрактных формах фрактальной геометрии [2]) и в основе которой лежит непрерывное движение: гипнотическая бесконечность самовоспроизводящихся сюжетов и паттернов. Заслуга фотографии, как в свое время заметила С. Сонтаг, в том, что она придала обыденному и банальному статус важного и ценного [8, с. 44–46]. Эйфелева башня, хотя и остается знаковым образом современной культуры, давно перестала быть экзотикой, тем не менее, сотни и тысячи ее все новых и новых фотографий каждый день выкладываются в Интернете, образуя бесконечную рекурсивную цепочку медиаобразов, привлекательных, в первую очередь, своей узнаваемостью.

Постиндустриальная, цифровая культура добавила еще один тип конструирования образов городского пространства с помощью новых медиа. Вследствие постмодернистской деконструкции городской культуры и бесчисленного множества постоянно пересекающихся и диффундирующих медиасообщений городской хронотоп перестал осознаваться как линейный «текст». Его визуальные образы стали не только эстетическими объективациями социокультурных смыслов городской среды, но мультимедийными конструктами, медийными (в том числе фотографическими) рефлексивными репрезентациями городского пространства. Кочующие с одного медианосителя на другой (начиная с цифровой фотографии на мобильном телефоне и заканчивая ее репостами в социальных сетях и блогах в

Интернете), они приобретают в результате такого рекурсивного процесса целый шлейф наслаивающихся друг на друга смыслов.

С точки зрения фрактальной семиотики [9], городская реальность «первого порядка» («реальная» реальность) представляет собой мультифрактал, а медиаобразы города выступают по отношению к ней в качестве предфракталов (фрактальных систем низших уровней).

Позволим себе сделать несколько пояснений, касающихся теории фракталов. Термин «фрактал» – от латинского причастия «изломанный», «фрагментированный», «неправильный по форме» – был введен в научный оборот в 1978–1982 гг. франко-американским математиком Бенуа Мандельбротом [2, с. 18] для описания природных и математических объектов, обладающих сложной, «хаотической» структурой. Важным открытием оказалось свойство *масштабной инвариантности*, то есть повторения на разных иерархических уровнях одних и тех же структурных форм, присущих фрактальному образованию в целом. В гуманитарном дискурсе широкое распространение нашло предложенное Б. Мандельбротом в частной беседе наиболее общее определение фрактала как структуры, состоящей «из частей, которые в каком-то смысле подобны целому» [10, с. 19]. Принципиальными характеристиками фрактальной системы являются ее итерационность (многократное повторение одного алгоритма) и рекурсивность (конечные результаты каждого цикла являются начальными данными для следующего). В случае нескольких «вложенных» алгоритмов получаются мультифракталы. Важно также, что фрактал – это не застывшая форма, а бесконечный процесс все нового и нового возобновления формы.

Самые простые фрактальные объекты получаются в результате многократного повторения некоторого геометрического преобразования и обладают линейным или конструктивным подобием частей (паттернов), как у ветвистых деревьев или вложенных друг в друга матрешек. К линейным фракталам относятся такие геометрические образования, как, например, снежинка Коха или губка Менгера. Кроме того, целый ряд фрактальных форм получается цифровым путем из алгебраических функций комплексных переменных.

Визуализация результатов рекурсивных вычислений дает необыкновенно зрелищные картины, содержащие самоподобные паттерны. Среди алгебраических фракталов наиболее известны множества Жюлиа и Мандельброта. Алгоритмы построения алгебраических фракталов лежат в основе цифрового фрактального искусства. При этом негеометрической, «формульной» фрактальностью, на наш взгляд, обладают и некоторые культурные феномены, что выражается в воспроизводстве определенных социокультурных паттернов вследствие рекурсивности процессов социокультурной трансмиссии («алгоритмов» передачи традиции, распространения модных тенденций [4] и т. п.).

Сам город как часть цивилизации также представляет собой фрактал особого рода, который австралийский специалист по экологии архитектуры и биоурбанистическому дизайну П. Даунтон (P. Downton) называет «культурным»: «Города репрезентируют все направления культурной деятельности, которые их создают, и являются наиболее полным выражением общества, включая его отношения между сельским и городским, технологическим и природным. Город представляет собой самую полную фрактальную демонстрацию цивилизации как большего целого» [11, р. 28]. По существу фрактальность города носит концептуальный характер, поскольку самоподобные паттерны на разных «этажах» культуры часто имеют разную природу и относятся к разным семиотическим системам, но транслируют одну и ту же идею культуры, ее концептуальное содержание. В связи с этим нам кажется предпочтительным использовать термин «концептуальная фрактальность». Концептуальные фрактальные паттерны, наблюдаемые на разных уровнях «фрактальной итерации» культурного пространства, выступают в качестве рекурсивных элементов разнообразных социокультурных практик в контексте какой-либо культурософемы или всей (локальной/глобальной) культуры, то есть как часть фрактала культурной системы. При этом чаще всего фрактальные паттерны концептуального фрактала не обладают подобием геометрического или алгебраического типа, их подобие выявляется на уровне понятий, концептов, ментальных конструкций [3, с. 69–70].

Необходимо иметь в виду, что свойства фрактальности не обязательно выражаются в абсолютном подобии повторяющихся паттернов (подсистем) разного масштаба – подобие может быть относительным в результате внутренних или внешних «возмущений», как у стохастических или алеаторных фракталов [1, с. 151–158].

Легко заметить, что медиаобразы города при всей их возможной необычности и новизне строятся на узнаваемости, которая вытекает из их тиражируемости и технической воспроизводимости. Тогда каждый последующий медиаобраз города онтологически является копией предыдущих копий или означаящим очередного означаемого. Иными словами, медиатекст города представляет собой бесконечный итерационный процесс, автопоэзис, так что, несмотря на стохастичность порождаемых «копий», каждый медиаобраз городского пространства концептуально не только становится подобием (фрактальным паттерном) города в целом, но и встраивается в рекурсивный ряд всех предыдущих фрактальных репрезентаций.

К простейшим медийным фрактальным паттернам города относятся его топографические карты и схематические планы. Стенды с картографическим изображением близлежащих окрестностей сегодня можно встретить во многих районах крупных мегаполисов. Заметим, что современные технологии (GPS-навигаторы) и новые медиа (разного рода мобильные интернет-приложения) сделали возможными динамические фрактальные структуры в пространстве города: участок города на электронной карте оказывается непосредственно «вложен» в соответствующее городское пространство «первого порядка». Плакаты с фотографиями улиц и площадей начала XX в., размещенные на стенах современных зданий, также представляют собой медийные фрактальные паттерны города. Самые сложные фрактальные корреляции возникают в кинематографических репрезентациях городского пространства (от «Под крышами Парижа» Рене Клера до киноальманаха «Нью-Йорк, я люблю тебя») – они чрезвычайно стохастичны и «многослойны» и связаны фрактальными отношениями с городской культурой в целом.

Особый интерес, на наш взгляд, представляют фрактальные образы города, созданные благодаря технологическим и художественным возможностям новых медиа. Ниже будут рассмотрены несколько разных по своей направленности и стилистике художественных интернет-проектов, в каждом из которых образы города обладают тем или иным типом фрактальности.

Наиболее очевидна фрактальность урбанистических ландшафтов, созданных в технике цифрового фрактального искусства (fractal art). Специальные программы (такие как Fractal Explorer, Arophysis и др.) генерируют самые разные фрактальные образы, в том числе городских пространств. Эти образы фрактальны по определению, но их фрактальность имеет в первую очередь технический характер. Образам, созданным с помощью программ-фракталогенераторов, в основном присуща стилистика абстрактных форм или техногенной постапокалиптики. Тем не менее работы профессиональных художников-фракталистов – А. Ермушева («Skyline», «City core»), S. Popovski (серия «Forgotten City»), B. Beath («Urban Geography»), I. Striedinger («Downtown»), S. Menicagli («New York World») и др. – представляют собой не только эстетически привлекательные визуальные репрезентации города, но и концептуальные фракталы города как среды обитания и культурного феномена.

Неожиданным оказалось то, что проведенная нами выборка цифровых фрактальных картин с сайта deviantart.com, в названии которых присутствует слово «city» (более 3500 работ), показала подавляющее преобладание темных цветов в хроматическом решении темы «город». Примерно на 90 % фрактальных картин город изображается как исключительно темный (черный, темно-синий, темно-коричневый), на 50 % – или как комбинация темных и светлых цветов, часто просто со светлыми (белыми, желтыми, ярко-красными) локальными участками на доминирующем темном фоне (40 %). Лишь в одном случае из десяти фрактальный образ города представлен полностью в светлой цветовой гамме. Характерно также отсутствие образа человека в цифровых моделях фрактальных городов. Концептуально это означа-

ет восприятие города (и особенно города будущего) в коллективном сознании как метафизически опасного, технократического, постгуманистического феномена.

Другая семантика присуща образам города, представленным интернет-пользователями на творческие фотоконкурсы в рамках рекламных промоакций известных брендов – автомобильного концерна (Ford Fiesta), парфюмерной компании (Hugo Boss), сети кофеен (Coffee Bean), торговой марки алкогольной продукции («Столичная»). По условиям конкурсов тематика всех работ была в той или иной степени связана именно с образом города – его реальным ландшафтом и/или символическим пространством. Примечательно, что организация образов в визуальных репрезентациях города изначально предлагала коллажно-фрактальный формат – или на уровне самих работ, или на уровне коллективного медиатекста.

Так, с 15 сентября 2005 г. по 15 марта 2006 г. в Интернете проходил фотоконкурс «Stolichnaya история», организованный компанией «Кристалл». Жанры фотографий включали портрет, натюрморт, компьютерное искусство, гламур, город, репортаж, юмор. Из множества представленных фотоисторий, запечатлевших типичное и необычное в культуре столичного города, Гран-при конкурса получила фотография «Антракт “Лебединого Озера” (Большой театр)» Сергея Капткина<sup>2</sup>. На фотографии балерины в белоснежных пачках вереницей взбегают вверх по круговой лестнице за кулисами театра. Оставив в стороне вопросы эстетического плана (работа, действительно, профессиональная), отметим, что фрактальным репрезентантом столичной культуры опять стал балет – шаблонный внешний этнообраз. В этой ситуации уместно вспомнить концепцию культурных метафор, разработанную американским специалистом по кросс-культурному менеджменту Мартином Генноном. В качестве культурной метафоры у М. Геннона может служить «любая деятельность, явление или институция, с которой все или большинство членов этнической или национальной культуры или даже группы похожих культур, расположенных рядом... прочно идентифицируют себя и на которые они проявляют эмоциональную и интеллектуальную реакцию, напри-

мер, японский сад и шведская слуга» [12, р. 276]. Среди культурных метафор М. Геннона – американский футбол, британский дом, немецкая симфония, французское вино, китайский семейный алтарь и др. Культурная метафора каждой нации, по мнению М. Геннона, репрезентирует основополагающие ценности, которые выражают суть национальной культуры, то есть по существу, являясь частью той или иной локальной культуры, культурная метафора представляет собой концептуальный фрактал этой культуры [5, с. 15–16]. Нетрудно догадаться, что для русской культуры в качестве культурной метафоры М. Геннон предложил русский классический балет. Удивительным образом, в результате внутрикультурной художественной рефлексии классический балет снова оказывается концептуальным фракталом российской столицы.

Фрактальные срезы городской реальности были представлены в еще одном конкурсе жанровой фотографии, который проводился в октябре 2007 г. сетью кофеен «Coffee Bean». Участникам фотоконкурса «Утро в городе»<sup>3</sup> было предложено загрузить на фотосервер [foto.mail.ru](http://foto.mail.ru) фотографии, которые символизируют утро в их городе. В результате получилась большая мозаика образов утреннего города, многие из которых затем экспонировались в залах московских кофеен. Все вместе эти фотографии представляли собой концептуальный фрактальный паттерн города как особого культурного пространства (окна многоэтажек, мосты, набережные, парки и т. д.) и совокупности социокультурных практик (завтрак в кафе, расставание влюбленных, сон в зале ожидания вокзала, велосипедная прогулка, поездка в потоке автомобилей и пр.).

В рекламном интернет-проекте «Городская Феерия» (Ford Fiesta, 2009 г.)<sup>4</sup> предлагалось создать «коллаж из всего, что вы любите в своем городе» и добавить «то, чего в нем нет, но о чем Вы мечтаете». Обязательной частью коллажа по условиям конкурса был автомобиль «Ford Fiesta». Образы города, собранные участниками из готовых медийных изображений, были уже полностью виртуальными (образующими реальность «третьего порядка»), тем не менее, они еще в большей степени оказывались концептуальными паттернами городской культуры и городской

ментальности. Город предстал как пространство знаковых мест и артефактов, как механистическое существо, поглощающее все и прорастающее в человеке, который всего лишь коллаж из дорожных знаков и городских объектов. «Форд Фиеста. Городской деликатес» (arrpfenix, финалист). И, конечно, Город – это пространство скорости, борьбы и победы. «Жизнь в мегаполисе – это гонка, в каком бы городе ты не жил. Но человек воистину всемогущ! Он может победить в любой гонке... даже когда, казалось бы, шансы ничтожно малы...» (dmb, финалист). «Тебе никогда не выбраться из Sim City! – Он думает я не смогу. Глупец... Ломай стереотипы, выбирай свой путь, сделай этот мир ярче!» (supchik30, финалист). Наконец, Город – это одновременно антипод природы и комплементарная ей часть человеческого мира, мира, который предназначен для человека. «Разрываешься между выходными в городе и прогулкой на природе?! Тратя время на выбор – рискуешь остаться ни с чем. Но только не с Ford fiesta. Успей взять от жизни все!» (anna\_z, победитель конкурса).

В рамках промоакций компании «Hugo Boss» ежегодно на специальном интернет-сайте hugocreate.com проводятся творческие конкурсы, темой которых часто становится город: The Skyline is the Limit (Typ 1), City Sounds (Typ 3), SimplyCity (Typ 10), Pop Art & The City (Typ 15). Образы города во всех работах должны быть вписаны в геометрический и семантический фрейм парфюмерного флакона Hugo Boss. Сотни участников из разных стран мира представляют свое видение современной городской культуры в контексте общества развитого консьюмеризма. Эти медиарепрезентации относятся не столько к каким-то конкретным городам, сколько к Современному Городу как онтологической категории. Совокупность образов Города «Hugo», созданных в разных художественных техниках, образует не только коллажную медиареальность города, но и, самое главное, концептуальный фрактал урбанистической культуры. Наиболее явным образом идея города в ее чистом виде отражена в тематическом блоке «SimplyCity» (2009 г.)<sup>5</sup>, в самом названии которого «просто город» почти эквивалентен «простоте». Поиск этого самого простого, первичного основания, на котором произрастают все самые

сложные смыслы городской культуры, с одной стороны, привел компьютерных художников к некоторым концептуальным метафорам: город как каменный колодец (Joao Otavio Marques, Куритиба, Бразилия), город как темный туннель подземки (Aagon Sango, Джексонвилл, США), город как знаковое пространство автомобильного трафика (Gianluca Regnicoli, Болонья, Италия). С другой стороны, мы видим апелляцию к фрактальным паттернам города геометрического типа, характерным для «старых медиа»: город как графическая схема застройки (Bharoto Yekti, Джакарта, Индонезия), город как архитектурный план (Jayden Osborne, Вуртулла, Австралия), город как топографическая карта (Stephane Desprez, Ле Шесней, Франция), город как спутниковая карта Google (XML Architecture, Амстердам, Нидерланды). Таким образом, концептуальная фрактальность образа города неразрывно связана с его пространственной фрактальностью.

Такого же рода взаимосвязь прослеживается и в авторском проекте «You, the world and I» (2010) Джона Рафмана (Jon Rafman)<sup>6</sup>, цифрового художника из Монреаля. Дж. Рафман создает медианарративы, используя фотографические изображения уличной повседневности, получаемые в автоматическом режиме системами Google Street View (специальными автомобилями «Google Eyes») и Google Earth (искусственными спутниками Земли). Картинки, «склеенные» в непрерывную ленту, образуют квазитрехмерную ландшафтную составляющую интерактивных карт Google Map.

В медиа-истории, придуманной Дж. Рафманом, молодой человек пытается отыскать образ любимой девушки, которая бросила его, не оставив ему ни одной своей фотографии. Единственная зацепка – однажды во время их отдыха в Италии мимо них проехала машина Google Street View, беспристрастный глаз которой фиксирует все, что попадает в ее поле зрения. И действительно: вот случайная фотография его девушки со спины, когда она стояла обнаженной на пляже, глядя на воды Адриатического моря. В поисках других ее фотографий герой стал «бродить» в пространстве Google Map по улицам и площадям современных и древних городов, где они бы-

вали вместе с его возлюбленной, вновь и вновь повторяя маршруты памяти – знаковые здания, старинные площади, египетские пирамиды, города инков, храм тысячи Будд, Стоунхендж... Фрактальны здесь не только многие архитектурные объекты, но и сами воспоминания и образы воспоминаний. «Этот ее образ, казалось, содержит все наши взаимоотношения в целом», – говорит молодой человек, вновь и вновь возвращаясь к единственной фотографии своей любимой. А когда городские ландшафты разных уголков мира начинают повторяться и множиться в рекурсивных цепочках, плывущих вдоль улиц зеркальных сфер, эти сферы символически отсылают и к Земному шару, над которым кружат спутники Google, и к сферам человеческого подсознания: «каждая сфера содержала в себе потенциальное воспоминание». Удивительным образом молодой человек использует возможности современных медиа не для того, чтобы найти саму девушку, а лишь для поиска ее медийного образа, ее фрактального «следа».

Завершая, подчеркнем, что новые медиа сделали возможным фрактальные репрезентации образа города не только топологического (геометрического), но и концептуального характера. При этом образ города, собранный из цифровых рисунков и фотографий, оказывается не столько визуальным «отпечатком» и фрактальным паттерном реального, пусть даже анонимного города, сколько концептуальным фракталом Города как онтологической категории.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Статья написана при финансовой поддержке гранта РГНФ № 14-13-34501г(р).

<sup>2</sup> Фотография «Антракт “Лебединого озера”. Большой театр» Сергея Каптивкина. URL: <http://album.foto.ru/photos/pr0/365364/2646789.jpg>.

<sup>3</sup> Фотоконкурс «Утро в городе». URL: [http://foto.mail.ru/catalog/static/utro\\_winners.html](http://foto.mail.ru/catalog/static/utro_winners.html).

<sup>4</sup> Фотоконкурс «Городская феерия» (Ford Fiesta). URL: <http://www.lookatme.ru/specials/ford-fieta/collages>.

<sup>5</sup> Конкурс «Hugocreate». Тип 10 «SimplyCity». URL: <http://www.pt.hugo.com/ru/winners-round-10>.

<sup>6</sup> Видеопроект Джона Рафмана «You, The world and I». URL: <http://youtheworldandi.com/>.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Деменок, С. Л. Просто фрактал / С. Л. Деменок. – СПб. : Страта, 2012. – 168 с.
2. Мандельброт, Б. Фрактальная геометрия природы / Б. Мандельброт. – М. ; Ижевск : РХД, 2010. – 656 с.
3. Николаева, Е. В. Концептуальный фрактал в культурных системах / Е. В. Николаева // Вестник Челябинского государственного университета. Серия «Философия. Социология. Культурология». – 2013. – № 13 (304). – С. 68–70.
4. Николаева, Е. В. Фрактальная динамика моды / Е. В. Николаева // Общество. Среда. Развитие. – 2013. – № 4 (29). – С. 26–30.
5. Николаева, Е. В. Фрактальные метафоры культур / Е. В. Николаева // Обсерватория культуры. – 2013. – № 5. – С. 11–18.
6. Савчук, В. В. Медиафилософия: формирование дисциплины / В. В. Савчук // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2008. – С. 7–39.
7. Сальникова, Е. В. Феномен визуального. От древних истоков к началу XXI века / Е. В. Сальникова. – М. : Прогресс-Традиция, 2012. – 576 с.
8. Сонтаг, С. О фотографии / С. Сонтаг. – М. : Ад Маргинем, 2014. – 272 с.
9. Тарасенко, В. В. Фрактальная семиотика / В. В. Тарасенко. – М. : Либроком, 2009. – 232 с.
10. Федер, Е. Фракталы / Е. Федер. – М. : Мир, 1991. – 254 с.
11. Downton, P. F. Ecopolis – Architecture and Cities for a Changing Climate / P. F. Downton. – Collingwood : CSIRO Publishing, 2009. – 608 p.
12. Gannon, M. J. The Cultural Metaphoric Method: Description, Analysis, and Critique / M. J. Gannon // International Journal of Cross-Cultural Management. – 2009. – Vol. 9 (3). – P. 275–287.

#### REFERENCES

1. Demenok S.L. *Prosto fraktal* [Just a Fractal]. Saint Petersburg, Strata Publ., 2012. 168 p.
2. Mandelbrot B. *Fraktalnaya geometriya prirody* [Fractal Geometry of Nature]. Moscow, Izhevsk, RKhD Publ., 2010. 656 p.
3. Nikolaeva E.V. *Kontseptualnyy fraktal v kulturnykh sistemakh* [Conceptual Fractal in Cultural Systems]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya "Filosofiya. Sotsiologiya. Kulturologiya"*, 2013, no. 13 (304), pp. 68–70.
4. Nikolaeva E.V. *Fraktalnaya dinamika mody* [Fractal Dynamics of Fashion]. *Obshchestvo. Sreda. Razvitie*, 2013, no. 4 (29), pp. 26–30.

5. Nikolaeva E.V. Fraktalnye metafory kultur [Fractal Metaphors of Cultures]. *Observatoriya kultury*, 2013, no. 5, pp. 11-18.

6. Savchuk V.V. Mediafilosofiya: formirovanie distsipliny [Media Philosophy: Foundation of the Discipline]. *Mediafilosofiya. Osnovnye problemy i ponyatiya* [Media Philosophy. Basic Problems and Notions]. Saint Petersburg, Sankt-Peterburgskoe Filosofskoe obshchestvo Publ., 2008, pp. 7-39.

7. Salnikova E.V. Fenomen vizualnogo. Ot drevnikh istokov k nachalu XXI veka [The Phenomenon of the Visual. From Ancient Origins to the Beginning of the 21<sup>st</sup> Century]. Moscow, Progress-Traditsiya Publ., 2012. 576 p.

8. Sontag S. *O fotografii* [On Photography]. Moscow, Ad Marginem Publ., 2014. 272 p.

9. Tarasenko V.V. *Fraktalnaya semiotika* [Fractal Semiotics]. Moscow, Librokom Publ., 2009. 232 p.

10. Feder E. *Fraktaly* [Fractals]. Moscow, Mir Publ., 1991. 254 p.

11. Downton P.F. *Ecopolis – Architecture and Cities for a Changing Climate*. Collingwood, CSIRO Publishing, 2009. 608 p.

12. Gannon M.J. The Cultural Metaphoric Method: Description, Analysis, and Critique. *International Journal of Cross-Cultural Management*, 2009, vol. 9 (3), pp. 275-287.

## FRACTAL IMAGES OF THE CITY IN THE NEW MEDIA ART PROJECTS

**Nikolaeva Elena Valentinovna**

Candidate of Culturology, Associate Professor,  
Moscow State University of Design and Technology  
elena\_nika@bk.ru  
Sadovnicheskaya St., 33, 117997 Moscow, Russian Federation

**Abstract.** The article deals with city images created in new media art projects (works of digital fractal art on the website deviant.com, advertising Internet-contests of digital photographs and media collages (“Metropolitan Story” (“Kristall”), “Morning in the City” (“Coffee Bean”), “City Fairy Show” (“Ford Fiesta”), “SimplyCity” (“Hugo Boss”) and multimedia project “You, The World, and I” by Jon Rafman. The images of the city, urban culture and mentality presented in these projects are analyzed from the viewpoint of fractal semiotics. The study reveals topological and conceptual fractality of these city images and proves that the city image in new media art project appears to be a conceptual fractal of the City as an ontological category rather than a fractal pattern of a real city, even if anonymous. The author discusses the complex system of monitoring of the innovative potential, including the relevant information and analytical system which allows accumulating large volumes of actual and archival information on qualitative and quantitative characteristics of innovative processes.

**Key words:** media image of the city, art of new media, Internet art projects, digital art, conceptual fractal, media culture, media philosophy.