

УДК 62:7.05

Т.А. КОРНІЄНКО (викладач кафедри філософії)

Запорізький національний технічний університет, Запоріжжя

**БАГАТОВИМІРНІСТЬ ПІДХОДІВ ДО АНАЛІЗУ ДИЗАЙНУ
МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ
КОНТЕКСТ**

Відмічається, що дизайн міського середовища представляє собою складний економічний, соціальний, культурний феномен, до аналізу якого застосовується багато вимірність підходів, що поглиблює поняття «символічного дизайнерського простору»; обґрунтовується, що дизайн міського середовища детермінується культурним ландшафтом міста як особливою знаковою системою культури, яка закріплюється у семіотичному просторі за допомогою семіотичних механізмів духовно-культурної сутності міста

Ключові слова: *дизайн міського середовища, багатовимірність підходів, єдиний організм, символічний простір, культурне географічне середовище, імідж міста, культурний ландшафт як знакова система, семіотичний механізм, семіосфера міста*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

Буття дизайну міського соціуму у географічному просторі невіддільне від процесу символізації середовища (в його абстрактному, космічному чи географічному аспектах), і властиве людській свідомості, яка включає багато рівнів осмислення простору – від асоціативного до сакрального, особливо в контексті осмислення людського життя [1, 270с.]. У результаті цього осмислення формуються стійкі уявлення про географічні об'єкти чи стійкі культурно-значимі символи дизайну міста, що мають різну ступінь просторових конотацій. Дизайн міського середовища як універсальний об'єкт дизайну міста розглядається як суб'єкт семіотизації географічного простору, що виражається у спадкових і постійно відтворюваних «рамках» просторового середовища, які вникли у результаті цього процесу, і витoki якого лежать в глибокій архаїці. Проблеми взаємовідносин культури і простру міста, просторових характеристик культури та різних підходів до його осмислення – сфера постійного інтересу як гуманітарних, так і природних наук. У різнонаправлених дослідженнях культури все більше значення набуває створення культурою смислу географічного простору і ландшафту, так як культура структурує простір свого проживання, уявлення про середовище, яке перетворюються на знакову систему. Сфера безпосередньої взаємодії культури і географічного простору - це сфера семіосфери, знаками у якій виступають топоніми, гідроніми і власне географічні об'єкти. Ці знаки знаходяться у складних поліваліантних відносинах, до яких застосовуються основні закони семіотики і семіології, а їх референційне наповнення представляє собою безперечний інтерес. Дизайн культурного ландшафту по-новому структурує простір свого проживання, і уявлення про середовище перетворюється на знакову систему.

Сфера безпосередньої взаємодії культури і географічного простору – це основна проблема дизайну культурного простору в контексті конструювання соціальної реальності [2, 288с.]. Знакова система, створювана дизайном культурного ландшафту з приводу його рефлексування у соціально-філософському вимірі, генетично пов'язана з базовими установками і кодами культури як самого міста, так і самореалізації у цьому просторі особистості. Архетипи і символи, на яких базується концепція дизайну міста, представляють собою космогонію і образ міста (його статус, імідж). У соціальній філософії поки що відсутня чітко розроблена система понять і методів для визначення характеру і генези цих взаємодій. Тому зараз актуальною проблемою є дослідження у цьому напрямку, щоб намагатися приблизити різні підходи і методи у сфері просторової семантики концепції дизайну міста до єдиної системи. Має смисл запропонувати синтетичний підхід до вивчення проблеми – на основі різноманітних дискурсів, які займаються вивченням культурного ландшафту.

Мета дослідження заключається у виявленні особливостей перетворення культурного географічного середовища у знакову систему дизайну і побудова концептуальної моделі культурного ландшафту як знакової системи, що сприяє розробці схеми взаємодії дискурсивних практик, що сприяють в цілому формуванню концепції дизайну культурного ландшафту міста як єдиного соціального організму [3, 288с.].

Дизайн міського соціуму як складний соціальний, економічний і культурний організм, що має багато вимірів і підходів щодо аналізу. У науковому дослідженні розглядається ряд підходів. 1. Територіально-поселенський підхід виходить з того, що в самому елементарному уявленні, місто – це поселення людей, про які йде мова у перших науково-систематизованих розвідках географів. До сих пір у довідковій літературі використовується визначення міста, даного німецьким географом кінця ХІХ ст. Ратцелом: місто – це концентроване поселення людей, які займаються несільськогосподарською діяльністю. У даному визначенні включаються установки на соціально-економічний фактор виникнення міст – появу інших, несільськогосподарських видів діяльності – і на емпіричну ознаку виділення поселення місцевого типу – численність і щільність населення. Названі ознаки міста використовувалися і розвивалися соціологами М.Вебером, Л.Віртом. Багатовимірність дизайну міського соціуму залежить від багатовимірності тих аспектів, які слід застосувати до аналізу міста як географічного, соціально-економічного, соціально-культурного цілого. У якості приватної причини виникнення конкретних міст у цьому аспекті виділяється геоландшафтний фактор, розвивається і конкретизується теза про те, що функціональна специфіка міста пов'язана з геоландшафтною специфікою міста як єдиного соціального організму [4, 186с.]. 1. Вивчаючи соціальний аспект міста, ми приймаємо до уваги геоландшафтний аспект території у силу наступних причин: а) специфіка території являється однією з мотивуючих домінант вибору місця проживання, відношення до даної території, а, отже, краще дозволяє зрозуміти соціальну поведінку городян. б)

інформація про відносини населення до території являється важливою для прийняття проєктувальних та управлінських рішень, наприклад, відомі багато численні випадки небажання населення переїжджати на інше місце, зумовлене відношенням до конкретних особливостей ландшафту. в) Геоландшафтні особливості території являються одним з мікрофакторів розселення людства, що необхідно прийняти до уваги при глобальному прогнозуванні урбанізації.

2. Соціально-екологічний аспект території: місто як ареал взаємодії антропогенних і природних елементів середовища проживання людини. У якості актуальних проблем слід виділити наступні: а) співвідношення природних і антропо-охоронних пропорцій використання території. б) співвідношення природних і штучних компонентів середовища. в) соціально-естетичний аспект співвідношення елементів середовища. г) фактори екологічної свідомості і поведінки. Нас у цьому аспекті цікавить залежність поведінки городян від стану середовища проживання; стан екології являється одним з факторів свідомості і поведінки людини, а соціально-екологічний комфорт являється надзвичайно важливим показником рівня життя, духовної цілісності особистості [5,162с.]. 3. Демографічний аспект території. Для сучасної характеристики міст і типології згідно з демографічною ознакою використовуються наступні демографічні поняття: густина населення, демографічна структура (стать, вік, шлюбно-сімейний статус), професійна структура, структура зайнятості, структура і характер відтворення населення, структура, фактори і форми міграції). 4. Соціальний аспект потребує звернути увагу на соціологічні дані: а) відхилення статичних показників від середнього рівня специфіки міської території, що зумовлює відхилення протікання демографічних процесів, про фактори, тенденції і наслідки конкретної специфіки демографічних процесів у конкретних містах; б) на соціальні наслідки структурних диспропорцій (проблеми монофункціональних, депресивних територій); в) на специфіку, фактори, тенденції і наслідки урбоміграційних тенденцій. 5. Психоментальний аспект території базується на тезі про взаємовплив і взаємоперехід структур ландшафту і свідомості (індивідуальної і колективної, у тому числі несвідомих структур). Ландшафт міста при цьому порозуміється як «композиція міст, наділених смыслом», що детермінується менталітетом та національними традиціями в умовах глокалізаційних тенденцій. 6. Топографічний фактор свідомості і поведінки населення: а) як ландшафт міста осмислюється і розкодується людьми в індивідуальних і соціально-групових формах; б) топонімічний фактор свідомості і поведінки населення: як ландшафт осмислюється, розкодується людьми в індивідуальних і соціально-групових формах; топографічний фактор свідомості і поведінки населення виражається як конкретна фізична територія поведінки населення; як конкретна фізична територія сприймається людьми у зв'язку з образами, які включають назву даної місцевості. 7. Економічний підхід до аналізу міського соціуму сприяє

типології міст згідно з: а) виробничо-економічними функціям інформційної парадигми культурного ландшафту [6,с.68-81]. (мономіста, поліфункціональні міста, диверсифікаційні центри, «інформаційне місто», фінансовий центр, «глобальне місто» б) визначення рангу територіального статусу і зон впливу міста: «метрополітенський центр», «юридичне місто», «географічне місто», «мегаполіс», «пригороди», «місто-супутник»; в) морфологічні структури міської території: зони, сектори, ядра, центри, мікрорайони. Саме у рамках економічної географії міст розпочався процес осмислення основ структуризації міської території. Як засвідчив аналіз робіт урбоекномістів, традиції аналізу соціального простору, розпочаті німецьким соціологом Г.Зіммеlem, продовжуються і сьогодні. Вирішуючи задачу пояснити закономірності розміщення міст, німецький урбаніст А.Вебер запропонував розуміти місто як геометричну точку економічного простору, у якій витрати виробничо-економічного життя є мінімальними. Дуже великий вплив на урбаністику здійснив другий німецький дослідник В.Крісталлер, який розумів місто, функцією якого являється забезпечення оточуючого простору послугами і товарами («закон урбогравітації»). Але особливо переконливо у нього був сформований «закон рангу»: існування прямо пропорційної залежності між числом функцій і розмірами міста. У якості конкретних економічних факторів гуманістичної парадигми культурного ландшафту міста, що визначають міську структуру і динаміку змін, були взяті і досліджені: диференціація праці, динаміка трудових і професійних ресурсів, транспорт, ціни на землю, розвиток технічних засобів зв'язку [7, 254с.].

Для опису та аналізу структури і динаміки міста широко використовуються економічні і політико-економічні фактори, розробку яких, у тому числі і у плані урбаністики, поклав К.Маркс. Місто трактується у самому широкому політико-економічному смислі як просторова форма певного типу соціально-економічних відносин, як виробничо-економічна система. Міста розрізняються продуктом, які вони виробляють у великій мірі, а отже домінуючим характером виробничих сил: промисловим, фінансовим, інформаційним, рекреаційним тощо. Важливим параметром життя міста являється характер економічної ситуації (урбоекномічний баланс), що впливає на особливості функціонування і тенденції зміни міста. Горододизайнерський аспект, в контексті якого місто являє собою систему соціально-функціонального розселення включає: місце роботи, житло, розваги. Місто як штучне середовище проживання – це сукупність архітектурно-інженерної інфраструктури; місто як об'єкт естетичного виміру.

Сприйняття включає естетичні засади містобудування. У соціальному плані у цьому підході обговорюються питання: 1) взаємовплив дизайнерських (архітектурних) і соціокультурних сфер життєдіяльності людини (світу речей зі світом ідей); вплив архітектоніки міста на внутрішній світ і поведінку особистості; вплив соціокультурної атмосфери в суспільстві на форму і принципи місто дизайнерського проектування; «метафізичне

Корнієнко Т.А., 2013

самопочуття людини» в символічному просторі міста. Історичний аспект, в контексті якого акцентується увага на політичних аспектах міського життя. У цьому плані історію вивчення міста слід розпочинати з французьких істориків О.Тьєррі і Ф.Гізо. Їх основна ідея про те, що виникнення міст знаменує собою зародження нового соціально-політичного, а у подальшому і економічного устрою, так як історія міста є боротьбою різних тенденцій і у архітектурі, і у дизайні, і у тенденціях розвитку міста. Розуміння сутності міста як суспільно-політичного та адміністративного центру з посиланнями на історичний матеріал досягло свого найвищого рівня у доробках таких вчених, як В.Зомбарт і М.Вебер. В економічному плані В.Зомбарт вперше підкреслив різницю між «містом, яке споживає» і «містом, яке виробляє», в результаті чого з'явилася традиція не тільки розрізняти функції міста – управляти економічними, соціальними, культурними процесами, але й виділяти для конкретних міст домінуючі функції і, відповідно з цим, певні стилі дизайну, архітектури, мистецтва. В результаті поглибленого аналізу міського соціуму вчені стали виділяти інтегративну і комунікативну функцію міст, які у подальшому розгорнулися в інтегративно-комунікативному просторі. Причина виникнення міст, згідно з М.Вебером, специфічна для кожного конкретного міста і багатофакторна, так як на їх виникнення впливають і економічні, і політичні, і правові фактори і чинники, які інтегруються у певну систему на певному культурному фоні і у певній культурно-історичній ситуації. Специфіка європейського міста, згідно з істориками школи «Анналів», розуміється як специфіка ментальності – стійкої і якісно певної єдності с відомості і поведінки, форми активності у повсякденному житті. На думку Ж.Ле Гоффа, оригінальність дизайну міського середовища яскравіше проявляється не в економічній сфері, а у сфері культури, для якої характерними є такі цінності, як трудова етика, прагматизм, гроші, професіоналізм, особливі уявлення про час і простір (темпоральний вимір) [8, 272с.].

Психологічний аспект до аналізу дизайну міського соціуму як середовища проживання людей, - це не тільки місце проживання, а й спосіб виробничої (творчої діяльності), який ставить багато проблем, пов'язаних з психікою та індивідуальною свідомістю. Елементами простору і середовища являються феномени, що виникли у результаті «зустрічі» об'єктивної і суб'єктивної реальності, що детермінується архетипами і артефактами, націленими на конструювання соціальної реальності, з якою має зустріч окрема емпірична людина. Сприйняття людиною дизайну міського середовища має свою специфіку, яка виражається образами. Останні являють собою суб'єктивну картину світу чи його фрагментів, які включають самого суб'єкта, інших людей, просторове оточення і часову послідовність подій. Образ є результат (продукт) сприйняття, на який впливає безліч факторів: особливості міського середовища, установки особистості та архетипи свідомості, в контексті яких слід виокремити «текст історії» міста. Саме такий «текст історії» є комунікативним простором , у

семіотичному ракурсі якого місто розглядається як «текст соціокультурного «діалогу». Місто як «текст історії» - це архітектоніка, включаючи і дизайнерський вимір, міського середовища як сукупність історичних подій, опрідечених у матеріальних і духовних виробках культури, дизайнерської діяльності і творчості, яка опрідечується і розпрідечується особистістю.

Соціальний аспект вивчення дизайну міського соціуму приймає до уваги такі категорії, як «архетипи міста», «місія міста», «символічні референти міста», « імідж дизайну міста». В науковій літературі майже не говорять про імідж міста, під яким слід розуміти (від англ. image- образ) спектр контекстів, під якими розуміють і ландшафт міста, і комерційну рекламу, і брендінг території, політику, економіку і т.п. Імідж дизайну міста сьогодні включає привабливість території, яка зумовлює успішність міста в ринковому просторі, сферах духовного і соціального життя, а також політичній, культурній та іншій сферах. Дизайн тісно пов'язаний з гострими проблемами територіальної репрезентації і комунікації, в які включений імідж міста. Він виступає силою, що формує дані процеси і потребує професійної рефлексії дизайнерів, виступає через процеси гуманізації середовища та його людське світосприйняття, визначення характеру зв'язків і відмінностей реального і віртуального. В оболонку віртуального втягнуті міські веб-портали, мультимедіа, масмедіа, інтерфейси внутрішньо міського середовища, а також різні феномени, що існують на рівні свідомості і підсвідомості людини (культура, міфологія тощо). Дизайн віртуальної оболонки, в яку вбудований і сам імідж міста, безумовно, являється актуальним у контексті розвитку сучасного міста. Проблеми взаємопроникнення віртуального і реального потребують аналізу і нового розуміння духовності, культурності, естетичності [9, 240с.]. Безумовно, що парадигма дизайну певним чином повинна трансформуватися з врахуванням нових комунікаційних можливостей, щоб задовольняти сучасності. З наукової точки зору дизайнерська діяльність у відношенні іміджу міста залишається практично ще невивченою. Часто проблеми формування іміджу території досліджуються у працях вчених в контексті сфер політики, економіки, маркетингу, зв'язків з громадськістю, журналістики та суміжних з них наук. Теоретики архітектури часто говорять не про імідж міста, а про обрис (габітус) чи образ міста. Тому об'єктом нашого дослідження є визначення можливостей дизайну комунікаційних структур міського середовища у контексті реальних і віртуальних факторів формування іміджу міста. Предметом дослідження - проектний потенціал дизайну в освоєнні комунікаційного середовища і процесів, що зумовлюють імідж міста завдяки методів дизайну. Вчені-філософи намагаються виявити перспективи розвитку дизайну відносно іміджу міста в контексті концептуальних засад дизайнерської діяльності по формуванню іміджу міста.

Для цього нам необхідно порівняти поняття «іміджу міста» відносно понять «образу міста», «репутації міста» і «бренду міста». В контексті даного аналізу слід використати методи: 1) порівняльного аналізу – для диференціації і якісної оцінки досліджуваних феноменів та їх проявів; 2)

метод систематизації і типологізації об'єктів і феноменів – для побудови комплексної системи знань і уявлень; 3) метод семантичного аналізу – для виявлення структурних зв'язків у досліджуваних феноменах і сферах знання, а також для вирішення задач для виявлення смислу; 4) метод контент-аналізу – для проведення деяких якісних і кількісних досліджень відносно сприйняття міста; 5) метод формалізації і моделювання – для узагальнення знань і уявлень їх у формі схем, діаграм та інших наочних структур. Вперше імідж міста уявляється як особлива сфера прикладення зусиль дизайнерів. Розуміння міста не обмежено матеріальним міським середовищем. Дискурс дизайну філософи розглядають: 1) у контексті середовищних і позасередовищних підходів у контексті з віртуальною реальністю, яка дає уявлення про імідж міста; 2) у контексті перспективного комплексу заходів дизайну для роботи з дизайном міста; 3) формуванні моделі опису континууму, у якому слід розглядати імідж міста засобами дизайну; 4) використанні основних проектних принципів дизайну міста у форматі процесу. Культурний ландшафт як знакова система міста потребує формування іміджу міста, що є субстанцією, яка дозволяє дизайнеру працювати в умовах нетрадиційної дизайнерської парадигми, яка є невловимою, у якій відсутній чіткий об'єкт проектування, який є пасивним і його слід перетворити на активний образ міста [10, с.61-70]. Тому в структуру сприйняття іміджу міста слід включати і психоемоційні фактори, не пов'язані безпосередньо з контактом людини з середовищем.

Характерними ознаками пізнання віртуальної реальності міського середовища слід назвати: зверхдинамічний характер, ідеальність, іммерсійність, специфічні просторові і часові характеристики (наявність минулого і майбутнього можливо тільки у віртуальному просторі). Виявлено, що формування і підтримка комунікації це найбільш адекватний проектний метод у рамках роботи іміджу міста. При роботі з іміджем слід враховувати три типи віртуальної реальності (комп'ютерну, мас-медійну, ментальну, проте розмиті кордони кожної з них. Постільки імідж міста не є верифікованою величиною у силу залежності від психоемоційних параметрів адресата, слід визнати, що діяльність дизайнера іміджу міста конституюється сенсорикою. Так як місто є «відкритим текстом», то робота дизайнера заключається у створенні інтерпретацій міського тексту, організації сприйняття міста як єдиного цілого. Тому основним стилем дизайну міста є код міста. Розуміння дизайну як смислотворчості зумовлює необхідність використання структури симулякрів – пустих знаків. Природа симулякру дозволяє артикулювати символічне середовище, не мотивоване дійсністю, з метою створювати додаткову цінність міста. Симулякр є основною категорією дизайну іміджу міста і разом з тим продуктом імідж-дизайну. Точка взаємодії дизайнера з містом повинна відбуватися на одній мові, вона є способом формування іміджу міста і передбачає систему зворотних зв'язків, які здійснюються з врахуванням референції, одночасно включаючи реальні віртуальні суб'єкти і об'єкти. Взаємодія реального з

віртуальним опосередковується людською психікою, що зумовлює імерсійність як максимальне включення адресата. Імідж як ментальний продукт вписаний у семантику метафори моделі світотворення. Імідж міста виступає ментальним медіатором (від лат. mediator — посередник), який постійно потребує артикуляції, також критеріям: відповідність дійсності, переконливість, простота, оригінальність, привабливість, а також сприйняття міста на трьох рівнях – соціальному, культурному і ментальному.

Введення категорії «культурний ландшафт», що розвивається в контексті простору і смислів, викликана необхідністю просторового підходу до виявлення і збереження об'єктів культурної спадщини, коли головним об'єктом охорони і використання стають території і при цьому розуміння території включає в себе всю багатоманітність історико-культурних і природних характеристик (пам'ятників, ансамблів, різноманітних форм природокористування), що потребує розвитку концепції дизайну культурного ландшафту [11, 330с.]. На відміну від ноосфери, що охоплює тільки географічну оболонку, поняття семіосфери визначально обмежується простором розповсюдження однієї домінуючої культури та її системи кодів, і трансформується на процес перетворення культурної сфери матеріального світу у знакову систему, яка зачіпає географічний простір і включає семіотичний простір культури у концепцію дизайну культурного ландшафту міста. У контексті проблематики семантики культурного ландшафту дизайну міста такий підхід уявляється перспективним, постільки дозволяє розглядати культуру як географічну реальність, а географічний простір, ландшафт – як сферу культури. Культурний ландшафт дизайну міста розглядається природно-культурний територіальний (регіональний) комплекс, який сформувався у результаті еволюційної взаємодії природи і людини, її соціокультурної і господарської діяльності, і складається з характерних сполучень природних і культурних компонентів, що знаходяться у стійкій взаємодії і взаємозумовленості. Ю.Веденін і М.Кулешова включають в культурний ландшафт топоніми, артефакти і рукотворимі форми ландшафтного дизайну, що являються маркерами історичних подій; А.Веденін відмічає здатність ландшафту накопичувати потенціал духовно-інтелектуальної енергії, і формулює інформаційну парадигму культурного ландшафту, згідно якого у нього на рівних правах входять матеріальна і духовна культура, сучасна (традиційна та інноваційна) і культурна спадковість, що в цілому виходить на проблему семіосфери Ю.Лотмана [12, 704с.].

В основі формування концепції дизайну культурного ландшафту міста знаходиться семіотичне поняття «культура», яке є важливим як смислове наповнення дизайну, самостійне життя духу і відносна свобода світу ідей від матеріальних форм. Процес семіозису розглядається як виявлення духовної природи людини, пов'язаної з ейдетичною і феноменологічною реальністю. Ця реальність має найбільш адекватне вираження у світі знаків і символів, що являються семантичним «тілом» культури. В рамках семіотичної

концепції дизайну розвивається розуміння культури як ієрархічно організованої системи різних кодів, тобто вторинних знакових систем. Знаки, створювані культурою дизайну, знаходяться у постійній комунікації, формуючи системи, у значній мірі як такі, що визначають буття культури, у тому числі і буття культурного ландшафту у певному просторі. Для його репрезентативного наукового опису потрібна адекватна інтерпретація знакових систем, а також використання кроскультурної комунікації для порівняльного трактування знаків і символів. Єдиний несуперечливий код і пов'язана з ним модель обміну інформацією визначає культурну самоорганізацію колективу (Ю.Лотман). Концепція дизайну культурного ландшафту міста включає культуру як відкриту самоорганізуючу поліморфну систему, що знаходиться у постійній взаємодії як з іншими культурами, так і з середовищем проживання. У цій взаємодії вона являється одночасно і «донором», і «акцептором», і суб'єктом, і об'єктом. Концепція дизайну культурного ландшафту міста включає наступні підходи до визначення поняття «буття культури»: 1) буття дизайну культурного ландшафту міста – це постійне породження нових смислів, які трансформуються у символи-знаки, культурні коди, які визначають і забезпечують функціонування соціокультурних систем; 2) всередині культури і на її межах безперервно відбуваються комунікаційні процеси між різними семіотичними системами, які приводять до породження нових смислів; 3) буття дизайну культурного ландшафту як буття культури у принципі слід визначити як безперервний процес семіозису, результати якого підпорядковуються інтерпретації і знову повертаються «плавильний казан» смислоутворення, формуючи новий діалог людини з природою [13, 422с.].

Тому для вирішення комплексу задач розробки даної концепції передбачається використання перш за все семіотичного методу дослідження, що передбачає інтерпретацію дизайну культурного ландшафту як системи знаків. Географічні об'єкти і/чи топоніми стають метафорами, символами, знаками у тому випадку, якщо у культурі існують стійкі асоціації з певними історичними подіями, артефактами чи унікальними рисами природного ландшафту. Ця рухома і латентна знакова система неминуче має константні «репери» - конкретні географічні об'єкти, тому слід говорити, що географічний простір є невіддільним від створеної культурою образів і символів, що набувають характеристики цілісної системи, яку слід обгрутовано розглядати як геокультурний простір міста. Національна, регіональна, локальна культури у тій чи іншій мірі експліковані у культурному ландшафті міста відповідного територіального рівня. Геокультурний простір уявляється як такий, що складається із своєрідних інформаційно-просторових «кластерів» - культурних ландшафтів різних таксономічних рангів (від культурного ландшафту міста до культурного ландшафту країни), які можуть бути інтерпретовані ті вивчені як знакові системи. Формуючи концепцію дизайну культурного ландшафту міста, ми

формуємо просторово-семантичний аспект буттєвості культури, що визначається процесом семіозису, інформаційними процесами, що мають семіотичну природу, застосовуючи принципи самоорганізації соціальних систем [14, 242с.].

Культура в контексті дизайну культурного ландшафту міста визначається як сукупністю характерних рис семіозису, так і пов'язаної з ним системою цінностей та еталонів, що транслюються у часі і визначають життєдіяльність конкретної територіальної спільноти людей. Просторові аспекти дизайну культурного ландшафту вникають з досвіду реальної взаємодії людини з простором, і в свою чергу впливають на семіотизацію конкретного ландшафту, і в цьому заключається роль територіальності, просторовості культури як рефлексії територіально-природного субстрату. Культура географічного простору у ноосферній і семіосферній реальностях знімається у понятті дизайну культурного ландшафту як інформаційно-семантична форма існування культур у просторі, що володіє глобальною цілісністю, яка має ейдетичну, ідеаційну, символічну складову. Дизайн культурного ландшафту виникає на сонові з фізико- і соціогеографічними реаліями історичного буття народу і представляє собою кластер геокультурного простору і феномен культури – систему матиць і кодів культури, виражаються у знаках і символах, безпосередньо пов'язаних з територією, яка має своє матеріальне і духовне вираження у семіотиці дизайнерського буття. Структура дизайну культурного ландшафту визначається фізико-географічними константами, аксіологічною і семіотичною структурою культури – її системою цінностей, парадигматикою і нерівномірністю семіотичних процесів, які породжують у культурному ландшафті вузли (центри) і периферії смислів, його внутрішні розломи і зовнішні кордони. Форма знаків у даній системі – власне географічні об'єкти і топоніми, які означають певні смислові категорії чи архетипи, територіальна локалізованість цих значень змушує їх бути взаємопов'язаними і вибудовуватися на основі проектування природних аналогів [15, с.142-147].

Багатовимірність підходів до аналізу дизайну міського середовища як культурного ландшафту виходить з того, що місто – особливий тип культурного ландшафту, що володіє гіперсемантичною насиченістю, кожний елемент якого і співвідношення елементів несе у собі повідомлення. Місцевий ландшафт насичений символами і повідомленнями, у яких передаються смислообрази історичних періодів, що минули; елементи міської структури також семіотичні - саме за себе говорить планування історичного центру та окраїн. Культурний ландшафт включає в себе географічний, але їх межі можуть не співпадати, постільки іноді масштаб культурного ландшафту може бути парадоксально менше масштабу географічного масштабу. Географічний компонент культурного ландшафту являється важливою частиною, «скелетом» організму культурного ландшафту, і його зміни приводять до змін всіх компонентів цієї системи. Ландшафт розглядається як спосіб структурування і репрезентації

оточуючого середовища, за допомогою якого може бути виражена зовнішня форма діяльності людини. Міський культурний ландшафт слід розглядати як результат творчої трансформації географічного середовища. Простір стає ландшафтом, коли наповнюється деяким духовним змістом і в цьому сенсі принципова відмінність ландшафту культурного від ландшафту природного.

Багатовимірність підходів до аналізу дизайну міського середовища як культурного ландшафту свідчить, що міський культурний ландшафт як унікальне явище в культурі формується у процесів міжкультурної взаємодії, результатом якого стало створення цілісного, життєздатного, динамічно розвиваючого культурного простору. Культурний ландшафт залежить від географічної «конфігурації» міста, що визначило розвиток нових уявлень про художній статус міста, у контексті якого поєднання «вертикалей» і «горизонталей», що й визначає ландшафтні особливості формування культурного простору міста. «Театральність» як якість, що формує простір дизайну культурного ландшафту міста, пов'язана з особливостями ідентичності, яка передбачає наявність зовнішнього спостерігача (Ю.Лотман). З іншої сторони, згідно з класичними уявленнями міської культури, «пейзаж повинен бути портретом» (К.Батюшков), і місто виступати не тільки «простором сцени», але й самостійним героєм. В основі дизайну культурного ландшафту міста формування ландшафтної символіки культури, конструювання символічної образності відбувається через стадії схематизації – виявлення деталей ландшафту, конвенціалізації – закріплення за деталями кодового значення, формування матриці кола смислів формування мови культури простору і в той же час формування «моделюючого кола культури» (Ю.Лотман). Хоча географічний образ і існує, як і будь-який інший образ, у культурі, але пріоритет простору у ментальності культури приводить до того, що репрезентується цілі сукупність смислів, що мають свої координати у географічному просторі і свої географічні особливості. У якості елементів міста розглядаються такі явища, як топофілія і топофобія (І.Фу Туан). З системи географічних образів за допомогою символічних і метафоричних елементів «кристалізуються» знакові системи культурних ландшафтів. Семіотична структура культурного ландшафту локального рівня будується на знакових об'єктах і середовищних зонах, які також наповнені смислом. Виокремлюються просторові коди, які регулюють семіотизацію локального простору – архітектонічний (об'єми, пластика форм), предметно-функціональний (призначення об'єктів), соціально-символічний (тріумфальна арка), що характеризують міський (регіональний) культурний ландшафт, детермінований національними традиціями, культурою, цінностями. У культурному масштабі регіону чи макрорегіону архітектонічний код існує не у безпосередньому сприйнятті об'єктів, а в їх образі. Предметно-регіональні коди на макрорегіональному рівні сформовані ще достатньо рідко, тому що не існує вузького функціонального призначення об'єктів, за виключенням наукоградів, військових городків чи полігонів. Знаки-топоніми, знаки – географічні

об'єкти, знаки-ландшафти можуть бути виразниками «типової ситуації», «типового, еталонного ландшафту», в основі якого культурний знак співвідноситься з географічним простором. Географічні об'єкти чи елементи ландшафту стають символами у тому випадку, якщо у культурі існують стійкі асоціації з доленосними історичними подіями, артефактами чи унікальними рисами природного ландшафту. По відношенню до знаків просторово-семантичної мережі застосовується класична класифікація Ч.Пірса – у культурному ландшафту виділяються символні, індекс альні і іконічні знаки, проте найбільш вживаними є символно-індексальні. Географічні об'єкти і топоніми виступають у ролі природних, образних, мовленнєвих, ієрогліфічних (системи запису) знаків. В результаті географічний простір представляє собою просторово-семантичну мережу, а вузлами такої мережі являються міста, річки, гірські вершини, наповнені історією, смислами та ідеалами людства. Топоніміка дозволяє нам розглядати тексти культурного ландшафту як «згорнуті мнемонічні програми» (Ю.Лотман), в контексті яких топоніми-знаки і відповідні їм географічні об'єкти знаходяться між собою у певних відносинах. У ландшафті проявляються різночасові тексти культури, які складають собою неповторні сполучення, багато яких, попадаючи у новий культурно-історичний контекст, «прочитуються» по-новому, іноді з діаметрально протилежною перестановкою акцентів і смислів. Логіка знакової системи дизайну культурного ландшафту міста нелінійна і не має чіткої нарративної структури, тому можливо уявити дизайн культурного ландшафту як плетіння смислів з акцентом на виділення системи центрів і семантично значимих територій. У дизайні культурного ландшафту міста структурною одиницею може стати локус/місто, але вже в іншому значенні як локус-символ, локус-повідомлення, локус-знак конкретної територіальної одиниці [16,с.93-96].

Таким чином, багатовимірність підходів до аналізу дизайну міського середовища як культурного ландшафту включає визначення різноманітних підходів до цього складного соціального феномена: 1) культурний ландшафт як антропогенний ландшафт, видозмінений людиною відповідно до своїх запитів, культури, потреб, що володіє високими естетичними і функціональними якостями; 2) розуміння культурного ландшафту як деякої місцевості, яка на протязі тривалого історичного періоду є місцем проживання певної групи людей, які являються носіями специфічних культурних цінностей; 3) уявлення про активну роль інтелектуальної і духовної діяльності у формуванні культурного ландшафту. При цьому слід підкреслити, що культурні духовні та інтелектуальні цінності, що зберігаються і передаються від одного до іншого покоління у вигляді інформації, не тільки визначають формування і розвиток культурного ландшафту, але й являються його частиною, так як відчують на собі вплив інших, матеріальних компонентів ландшафту. Культурний ландшафт у керівних документах ЮНЕСКО розуміється як результат сумісної творчості людини і природи (combined works of nature and of man); ілюструє процеси

Корнієнко Т.А., 2013

еволюції суспільства під впливом умов природного середовища і соціальних, економічних і культурних процесів. У якості об'єкта дослідження він повинен представляти відповідний геокультурний регіон, враховуючи екологічні особливості, семантику особливого духовного (сакрального) відношення до природи. Всі культурні ландшафти, згідно прийнятої типології ("operational Guidelines...", п.39), підрозділяються на три основних категорії: 1) цілеспрямовано створені (clearly defined or designed landscapes); 2) природно розвиваючі (organically evolved landscapes), серед яких виділяються субкатегорії реліктових (relict or fossil landscapes) і тих, що розвиваються (continuing landscapes); 3) асоціативні (associatives) ландшафти [18,540с.].

Висновки. Розкриваючи багатовимірність підходів до аналізу дизайну міського середовища як культурного ландшафту, ми розкриваємо один з філософських аспектів буттєвості культури. Буття культури у просторі міста представляє собою безперервний процес семіозису, інформаційні процеси якого мають семіотичну природу. ультура міського дизайну визначається як самоорганізуюча система, що володіє сукупністю характерних рис семіозису і пов'язаної з ним системою цінностей та еталонів, що транслюються у часі і визначають життєдіяльність конкретної територіальної спільноти людей.

Просторові концепти міського дизайну виникають з досвіду реальної взаємодії людини з простором, і в свою чергу впливають на семіотизацію конкретного ландшафту, і в цьому заключається роль територіальності, просторової культури як рефлексії територіально-природного субстрата, на якому вона зародилася і розвивається. Дихотомія – культура і географічний простір у ноосферній і семіосферній реальностях знімається у понятті геокультурного простору. Геокультурний простір як інформаційно-семіотична форма існування культур у просторі, володіє глобальною цілісністю, що має ейдетичну, ідеаціональну і символічну складові. Геокультурний простір виникає на основі та існує у тісному взаємозв'язку з фізико-соціогеографічними реаліями. Культурний ландшафт представляє собою кластер геокультурного простору і феномен культури – систему матриць і кодів культури, що виражаються у знаках і символах, безпосередньо пов'язаних з територією і матеріальним вираженням. Структура культурного ландшафту визначається його фізико-географічними константами, аксіологічною і семіотичною структурою культури – її системою цінностей, парадигматикою і нерівновагомістю семіотичних процесів, які породжують у культурному ландшафті вузли (центри) і периферії смислу, його внутрішні (культурні розломи) і зовнішні кордони. Універсальні категорії культури, такі, як відчуття часу, простору, дихотомія «сакральне-профанне» та інші мають своє вираження у культурному ландшафті.

Розкриваючи багатовимірність підходів до аналізу дизайну міського середовища як культурного ландшафту, відмітимо, що інформація в просторі і про простір, що виникла у процесі життєдіяльності культури,

представляє собою складову частину семіосфери і семіотичну систему, у якій дотримується більшість правил семіотики. Форма знаків у даній системі - власне географічні об'єкти і топоніми. У такій знаковій системі окремі географічні об'єкти і/чи їх топоніми означають певні смислові категорії чи архетипи, і територіальна локалізованість їх значень «викликає» їх бути взаємопов'язаними, вибудовуватися у систему. Комунікації локусів-знаків у культурному ландшафті представляють собою постійне поле «культурного вибуху», у якому породжуються нові значення. З точки зору когнітивістики культурний ландшафт може бути інтерпретований як метафора, елементи якої можуть виступати у ролі метафоричних моделей і в ролі метафоричної проекції, визначаючи основу дискурсивних практик у просторі для кожного з носіїв культури.

Отже, культурний ландшафт дизайну міського середовища являє собою сукупність метафор, символів, знаків, що знаходяться у комуникативних відносинах, і може бути інтерпретований як текст у його широкому культурологічному значенні, що володіє скакранною, темпоральною, історичною семантикою і включає ті чи інші повідомлення – «послання» культури самій собі. Будучи інтерпретований як текст, культурний ландшафт стає доступним прочитанню на різних рівнях – від локального до макрорегіонального. Нелінійна експозиція цього тексту має своїм наслідком варіативність прочитання. Стратегії прочитання можуть бути різними – візуальне сприйняття інформації за допомогою семіотичних кодів культури (локальні ландшафти), вивчення художніх текстів, пов'язаних з певним місцем і регіоном, що представляють собою локальний рекст культури (локальні, регіональні, макрорегіональні ландшафти), ландшафти всіх територіально-ієрархічних рівнів, які як явище культурр мають власну семантику і здатні продукувати нові значення.

Список використаної літератури

1. Базалук О.А. Сущность человеческой жизни / Олег Александрович Базалук.- К.: Наукова думка, 2002.- 270 с.
2. Бергер П. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания / П.Бергер, Т.Лукман; [пер. с англ. Е.Руткевич].- М.: Медиум, 1995.- 322
3. Бех В.П. Генезис соціального організму країни: Монографія. – 2-е вид. доп. – Запоріжжя: Просвіта, 2000. – 288 с.
4. Бех В.П. Соціальний організм: філософсько-методологічний аналіз. – Запоріжжя.: «Тандем-У», 1998. – 186 с.
5. Бондаревич І.М. Духовна цілісність особистості: дійсність і перспектива.- Запоріжжя: ЗНТУ, 2008.-162 с.
6. Веденин Ю.А. Информационная парадигма культурного ландшафта // Культурный ландшафт как объект наследия. М.: Институт Наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004. – С. 68–81.
7. Воронкова В.Г. Філософія гуманістичного менеджменту(соціально-антропологічні виміри). Монографія./ Воронкова Валентина Григорівна.- Запоріжжя: РВВ ЗДІА, 2008.-254 с.
8. Воронкова В.Г. Філософія глобалізації: соціоантропологічні, соціоекономічні та соціокультурні виміри. Монографія.- Запоріжжя: Видавництво ЗДІА, 2010.- 272 с.
9. Кримський С.Б. Запити філософських смислів: монографія / Сергій Борисович Кримський.- К.:ПАРАПАН, 2003.- 240с.

10. Лавренова О.А. Культурный ландшафт как знаковая система // *Философия и культура*. № 3 (27), 2010. С. 61–70.
11. Лавренова О.А. Пространства и смыслы: Семантика культурного ландшафта. – М.: Институт Наследия, 2010. – 330 с.).
12. Лотман Ю. М. Семиосфера. Внутри мыслящих миров / Ю.М. Лотман. — С.-Пб.: Искусство–СПБ, 2000. — 704 с.).
13. Пригожин И.Р., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой / Илья Пригожин, Изабель Стингерс.- М.: Прогресс, 1986.- 422 с.
14. Принципы самоорганизации социальных систем: теория и практика / под ред. М.И.Сетрова.- К.- Одесса: Вища школа, 1988.- 242 с.
15. Орлова О.А. Проектирование на основе природных аналогов //»Дизайн-освіта 2003: досвід, проблеми, перспективи»: Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-методичної конференції, 24-28 березня 2003 р., м. Харків.-Х.: ХДАДМ, 2003. – С.142-147.
16. Орлова О.А. Процесс развития экологического проектирования в Украине //Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: Зб. наук. пр.-Х.: ХДАДМ, 2002.-№ 14.- С. 93-96.
17. Рижова І.С. Філософія дизайну: теоретико-методологічні засади. – Запоріжжя ЗНТУ, 2006. – 540 с.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Bazaluk O.A. The essence of human life / Oleg Bazaluk. - Kiev: Naukova Dumka, 2002. - 270 p.
2. Berger P. The Social Construction of Reality: A Treatise on the sociology of knowledge / Berger, T.Lukman, [Translated from English E.Rutkevich]. - M.: Medium, 1995. – 322 p.
3. Beh V.P. The genesis of the social organism country: Monograph. - 2 edition enlarged, Zaporozhye: Education, 2000. - 288 p.
4. Beh V.P. The social organism: the philosophical and methodological analysis. - Odessa. "In Tandem", 1998. - 186 p.
5. Bondarevych IM Spiritual wholeness of personality: reality and prospects. - Zaporozhye: ZNTU, 2008.-162 p.
6. Vedenin YA Information paradigm of the cultural landscape // Cultural landscape as heritage site. New York: Heritage Institute, St. Petersburg. Dmitry Bulanin 2004. - P. 68-81.
- 7.Voronkova V.G. Philosophy of the humanistic management (socio-anthropological measurements). Monograph. / Voronkova V.G. - Zaporozhye: RIO DIG, 2008.-254 p.
- 8.Voronkova V.G. Philosophy of globalization: socio anthropological, socio-economic and socio-cultural dimensions. Monograph. - Zaporozhye: DIG Publishing, 2010. - 272 p.
9. Krymsky S. Queries philosophical meanings: monograph / Sergey Krymsky. - K. PARAPAN, 2003. - 240p.
10. Lavrenova O.A. Cultural landscape as a sign system // *Philosophy and Culture*. - № 3 (27), 2010. P. 61-70.
11. Lavrenova O.A.Space and Meanings: Semantics of the cultural landscape. - New York: Heritage Institute, 2010. - 330 p.
12. Lotman Y.M. Semiosphere. Inside minded worlds / YM Lotman. - Pb: Arts, St. Petersburg, 2000. - 704 p.
13. Prigogine I., Stengers I. Order out of chaos. New dialogue with nature / Prigogine I., Stingers. - Moscow: Progress Publishers, 1986. – 422p.
14. The principles of self-organization of social systems: theory and practice / ed. M.I.Setrova. - K. - Odessa: School, 1988. – 242 p.
15. Orlova O. Design based on natural analogues / / "Design Education 2003: Experience, Problems and Prospects": Collection of All-Ukrainian scientific-technical conference, March 24-28, 2003, Harkiv.-X.: KSADA, 2003. - P.142-147.

16. Orlova O. The process of environmental design in Ukraine // Bulletin of Kharkiv State Academy of Arts and Design: Proc. Science. pr.-H.: KSADA, 2002. - № 14. - P. 93-96.

17. Ryzhova I.S. Design Philosophy: theoretical and methodological grounds. - Kiev ZNTU, 2006. - 540 p.

Т.А.КОРНИЕНКО Т.А.

Запорожский национальный технический университет, Запорожье

МНОГОМЕРНОСТЬ ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ ДИЗАЙНА МЕСТНОЙ СРЕДЫ: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ КОНТЕКСТ

Отмечается, что дизайн местной среды представляет собой сложный экономический, социальный, культурный и креативный организм, к анализу которого применяется многомерность подходов с целью, чтобы углубить понятие символического дизайнерского пространства местной среды; обосновывается, что дизайн местной среды детерминируется культурным ландшафтом как специфической знаковой системой культуры, которая укрепляется в семиотическом пространстве при помощи семиотических механизмов с целью выявления духовно-культурной сущности города

Ключевые слова: дизайн местной среды, многомерность подходов, единый организм, символическое пространство, культурная географическая среда, имидж города, культурный ландшафт как знаковая система, семиотический механизм, семиосфера города

T.A.KORNIENKO

Zaporozhye National Technical University, Zaporozhye

DIMENSIONAL APPROACH TO ANALYSIS OF DESIGN OF THE LOCAL ENVIRONMENT: SOCIO-PHILOSOPHICAL CONTEXT

It is noted that the design of the local environment is a complex economic, social, cultural and creative organism, which is applied to the analysis of multi-dimensional approach in order to deepen the concept of symbolic design space of the local environment, it is proved that the design of the local environment is determined by the cultural landscape as a specific sign system culture that reinforces the semiotic space with semiotic mechanisms to identify the spiritual and cultural essence of the city

Key words: design of the local environment, multidimensional approach, a single body, the symbolic space, cultural, geographical environment, the image of the city, the cultural landscape as a system of signs, a semiotic mechanism of semiosphere.

Стаття надійшла до редколегії 23.12.12

Прийнята до друку 28.12.12