

Київський національний університет будівництва і архітектури

Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова

праця на правах рукопису

ГОЛОВАТЮК АЛІНА КОСТЯНТИНІВНА

УДК 72.025.4

ДИСЕРТАЦІЯ

**СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ГРОМАДСЬКОГО
ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ МІСТА**

191 – Архітектура та містобудування

19 – Архітектура та будівництво

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело



А. К. Головатюк

Науковий керівник Яблонська Ганна Дмитрівна, кандидат архітектури, професор

Київ – 2022

АНОТАЦІЯ

Головатюк А.К. Семантичні архітектурні стереотипи громадського публічного простору міста. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 191 «Архітектура та містобудування». – Київський національний університет будівництва і архітектури МОН України, Київ, 2022.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, виявлено проблему, оцінено стан наукових і практичних опрацювань; показано зв'язок роботи з науковими програмами; визначено мету, завдання, об'єкт і предмет, межі та методи дослідження; розкрито наукову новизну і практичне значення одержаних результатів, представлено апробацію результатів дослідження, особистий внесок здобувача, публікації, структуру і обсяг роботи.

У першому розділі **«Сучасний стан теорії та практики формування громадського публічного простору міста»** розкрито дефініції понять «громадський публічний простір міста», його «семантичні архітектурні стереотипи» і «об'єкти-меми» та показано їх взаємозв'язок; проаналізовано історію формування і розвитку громадських публічних просторів міст; теоретичний і практичний досвід їх сучасної організації.

Враховуючи різні термінологічні трактування понять «простір», «громадський», «публічний» було доповнено визначення **«громадського публічного простору»** міста, як території, відділеної візуально і фізично окремими об'єктами, відкритої для всіх людей в будь-який час, де відбуваються різні міські дії і події, яка має такі характерні детермінації, як «Місце», «Люди», «Мета», «Дії». Надано визначення поняттю його **«семантичні архітектурні стереотипи»**, як об'єкти, фрагменти чи деталі – символи, які несуть певне стійке смислове значення та визначають зміст і призначення певного громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, забезпечують його смислове наповнення. Визначено **«об'єкти-меми»**, як цілісні об'єкти, які несуть певне стійке смислове значення, зрозумілі для всіх при першому знайомстві з ними і не потребують супроводу необхідними поясненнями та міським контекстом, а отже є умовно надконтекстними семантичними архітектурними стереотипами, забезпечують смислове

наповнення будь-якого громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, здатні адаптуватися під будь-який контекст.

Дослідження основних історичних періодів формування громадського публічного простору міст показало, що детерміновані його складові: «Місце», «Люди», «Мета», «Дії», зазнали значних змін і доповнень на різних етапах і з плином часу. Поняття «громадський публічний простір» є суб'єктивним, багато в чому ґрунтується на уявленні людини про світобудову. Було виявлено семантичні архітектурні стереотипи та об'єкти-меми в громадських публічних просторах міст кожного з досліджуваних етапів. А також стали об'єкти-меми, що переходили з одного історичного періоду в наступний і наразі забезпечують смислове наповнення будь-якого громадського публічного простору міста. Виявлення сталих об'єктів-мемів та тих, що виникають наразі, в поєднанні з розвитком технологій дає поштовх в розумінні майбутнього громадських публічних просторів, здатних реагувати на потреби людей в них.

Проаналізований теоретичний досвід досліджень громадського публічного простору було узагальнено і систематизовано за наступними чотирма ідейними напрямками: 1) «ностальгізація»; 2) «діяльність на об'єднання і рівність»; 3) «діяльність на збереження»; 4) «діяльність на ескапізм». Він показав різнобічність аспектів здійснених досліджень та підтвердив їх необхідність щодо впливу об'єктів-мемів, визначених як умовно надконтекстних семантичних архітектурних стереотипів громадського публічного простору міста, на його атрактивність і активність.

Аналіз досвіду створення громадських публічних просторів міст, що впливають на відчуття людини, підтвердив необхідність зосередження на їх комплексному вивченні через взаємозв'язок визначених їх складових «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії». Було узагальнено ключові питання, які мають бути враховані в їх рішеннях, виходячи з фізіологічних і психологічних потреб сучасної людини, та задачі, що виконують об'єкти-меми в них, а саме: 1) когнітивні – є середовищними атракторами та орієнтирами; 2) естетичні – підвищують візуальну якість простору; 3) композиційні – організують і фізично наповнюють простір; 4) функціональні – сприяють функціональному наповненню простору; 5) соціально-економічні – сприяють приверненню уваги і залученню людей в певний простір, тим самим, підвищенню його соціальної і економічної активності; 6)

містобудівні – визначають міські центри тяжіння. На розкритті цих задач і сфокусоване дане дослідження.

У другому розділі **«Методичні засади організації громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини. Об'єкти-меми»** представлена загальна методика дослідження; визначено фактори, що впливають на формування громадського публічного простору міста; виділено етапи «мемізації» об'єктів та визначальні характеристики об'єктів-мемів; здійснено їх класифікацію.

Загальна методика дослідження громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому, через взаємозв'язок визначених його складових: «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії» і об'єктів-мемів, як містків у їх поєднанні і простору в цілому та позитивних емоцій у людини в ньому, складається з п'яти послідовних етапів: 1) підготовчого (визначення проблеми, ступеня її вивченості, висунення гіпотези, трактування термінів «громадський публічний простір», «семантичні архітектурні стереотипи» і «об'єкти-меми», встановлення їх взаємозв'язку); 2) аналітичного (проведення історичного аналізу формування громадських публічних просторів міст з дослідженням визначених їх чотирьох складових та виділенням їх семантичних архітектурних стереотипів і об'єктів-мемів; встановлення факторів впливу на формування громадського публічного простору міста сьогодення; етапів «мемізації» об'єктів та визначальних характеристик об'єктів-мемів; їх класифікація); 3) експериментального (здійснення соціологічного міжнародного відео-експерименту «Архітектура та щастя» для дізнання сприйняття різними людьми громадського публічного простору міста; узагальнення характеристик останнього, що викликає позитивні емоції у людини в ньому, і створення його графічної моделі із взаємозв'язком визначених його складових: «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії» і об'єктів-мемів); 4) синтезуючого (формулювання принципів, визначення прийомів та надання рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст і розміщення в них об'єктів-мемів); 5) етапу реалізації результатів (апробації висунутих теоретичних припущень). Для вирішення поставлених завдань на виділених етапах дослідження були застосовані загальні (історичний, критичний, логічний і порівняльний аналіз, декомпозиція і композиція, узагальнення, систематизація,

класифікація, тощо) та спеціальні (пофакторний аналіз, відео-експеримент, експериментальне проектування) наукові методи.

Визначено наступні фактори впливу на формування громадських публічних просторів міст: економічний, історико-політичний, соціальний, історико-культурний, національно-релігійний, психологічний, природний, екологічний, технологічний (інформаційний) та фактор безпеки. Виявлено їх семантичні архітектурні стереотипи, що були сформовані під впливом кожного фактору, і виділено ті, що можуть стати об'єктами-мемами.

Було узагальнено і виділено чотири етапи появи об'єктів-мемів в громадському публічному просторі міста – «мемізації» об'єктів: I – «прецедентний феномен»; II – «дієвість і тиражування»; III – «очищення від контексту»; IV – «вірус» або «смерть». Детерміновано визначальні характеристики об'єктів-мемів з виокремленням 5 головних, а саме: прецедентності появи; об'єктивності; реплікативності; універсальності (незалежності від контексту); «вірусності» (легкого і швидкого розповсюдження) та 10 додаткових, а саме: показової демонстративності; емоційної реверсивності; релевантності для різних місць; публічності; довговічності (темпоральності); оригінальності; спрощеності; динамічності (кінетичності); космополітичності та інтерактивності. Показано прив'язку головних визначальних характеристик об'єктів-мемів до етапів «мемізації». Вони є підосною для формулювання принципів їх розміщення в громадському публічному просторі міста.

Здійснено класифікацію об'єктів-мемів за 10 ознаками, які були об'єднані у дві категорії – фізичну і ментальну. До фізичної – віднесено ознаки, що визначають фізичні особливості об'єктів-мемів, а саме: 1) за типом об'єкта (будівлі, споруди, малі архітектурні форми, елементи оздоблення, елементи декору, дрібні знаки та символи); 2) за розмірами та морфологічними особливостями (великі, середні, малі; прості, складні); 3) за розташуванням в структурі простору (рядові, кутові, центричні; окремостоячі, дотичні, інтегровані (в забудову); одиничні, групові); 4) за композиційним значенням (вказівні, акцентні, доміантні; локальні, загальноміські); 5) за матеріалом (штучні, природні, штучностворені з природним покриттям, змішані (композитні)); 6) за колористичним рішенням (монохромні, поліхромні). До ментальної категорії, віднесено ознаки, що показують їх когнітивну складову, а саме: 1) за способом сприйняття (візуальні, аудіальні,

тактильні, вербальні, інтерактивні, комбіновані); 2) за посилом (мотивуючі на конкретну дію, забороняючі конкретну дію, агітаційні, навігаційні, розважальні, без чіткого посилу); 3) за джерелом виникнення (прецедентні, спонтанні та комбіновані); 4) за тривалістю «життя» (довгострокові і короткострокові). Класифікація демонструє значення певних груп об'єктів-мемів для громадських публічних просторів міст і є підосною для надання рекомендацій щодо їх введення в ці простори.

У третьому розділі **«Соціологічний міжнародний відео-експеримент «Архітектура та щастя» про сприйняття різними людьми громадського публічного простору міста»** визначено цілі, завдання, формат та питання експерименту; показано етапи його проведення, помилки; зроблено аналіз і синтез отриманих даних; наведено результати і висновки.

До здійсненого соціологічного міжнародного відео-експерименту «Архітектура та щастя» було залучено 1981-го респондента з 29-ти країн світу для отримання інформації щодо сприйняття різними людьми громадського публічного простору міста. Він підтвердив висунуту автором гіпотезу про зв'язок між існуючими характеристиками громадського публічного простору міста та відчуттям щастя людини в ньому через певні дії і події, що можуть відбуватися саме в цьому місці завдяки таким його характеристикам. І з'єднувальними містками в цьому є саме об'єкти-меми, які викликають емоційний відгук, активують фантазію, асоціації та реакцію.

Було визначено якості та характеристики об'єктів, їх вдалі комбінації, що позитивно впливають на настрій і самопочуття людини в громадських публічних просторах міст, а саме: 1) природні, екологічні покриття і матеріали оздоблення; 2) форми, що імітують природне середовище; 3) їх габарити, відповідні до людського масштабу; 4) фактура їх поверхоть, що імітує природні покриття чи їх мотиви; 5) наявність об'єктів чи поверхонь в їх оздобленні, що гасять шум міста, поглинають звук («зелені фасади», природні і штучні «екрани»); 6) відсутність дуже яскравого, пульсуючого світла для підсвічування та реклами, тощо. Серед вдалих комбінацій є поєднання штучних водних об'єктів (наприклад, фонтанів) з місцями для проведення вільного часу (сидіння, спілкування, вуличної їжі, тощо) і доповнення їх місцями для творчої активності (вуличної «живої» музики). Серед

морфологічних комбінацій найбільш прийнятним є поєднання текучих форм з ламаними, а не зосередження тільки на одному типі.

До якостей і характеристик об'єктів, що викликають погіршення настрою та провокують негативну поведінку людини, було віднесено: 1) агресивні ламані, гострі форми; 2) відразливий дизайн з далекими від природних поєднаннями кольорів; 3) дисгармонуючі фактури та текстури; 4) наявність ознак псування об'єктів (кіптяви, тріщин, бруду, тощо); 5) відсутність форм чи об'єктів взагалі, що слугують захищенню людини від різних несприятливих погодних умов; 6) присутність недоречних написів, графіті.

Як результат було визначено і узагальнено характеристики громадського публічного простору міста, близького до ідеального, що викликає позитивні емоції у людини в ньому, а саме: 1) гармонійне поєднання природних і штучних компонентів; 2) наявність в загальній відкритій композиції взаємозв'язаних окремих місць із закритою композицією; 3) співмасштабність з людиною; 4) поєднання прямих і криволінійних форм в його морфології; 5) приємні на дотик фактури всіх поверхонь на рівні зросту людини; природні кольори; 6) наявність штучного освітлення; 7) когнітивна легкість; 8) безпечність, доступність і зручність для різнотривалого перебування; 9) наповненість різними функціями для активізації і різноплановості подій в ньому. На підставі цих характеристик було запропоновано графічну модель громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому, в якій взаємозв'язані визначені його чотири складові «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії» і об'єкти-меми.

У четвертому розділі **«Принципи, прийоми і рекомендації архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст і розміщення об'єктів-мемів в них»** сформульовано принципи архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст, загальні і спеціальні принципи розміщення об'єктів-мемів в них, визначено прийоми та надано рекомендації, що їх розкривають; запропоновані концептуальні рішення громадських публічних просторів.

Сформульовано наступні три принципи архітектурно-функціональної організації громадського публічного простору міста: 1) «компільторності» (поєднання в одне ціле його різних складових через об'єкт-мем, як зв'язковий); 2) «атрактивності» (привернення уваги і підтримання його активності через введення нових об'єктів-мемів, як атракторів); 3)

«багатофункціональності і різноманітності функцій» (різноманітного функціонального наповнення).

Запропоновано три загальні і три спеціальні принципи розміщення об'єктів-мемів в громадських публічних просторах міст, а саме: 1) «надконтекстності» (здатності їх поширюватися і нести свій посил та надавати сенс будь-якому громадському простору без прив'язки до певного контексту); 2) «реплікативності» (створення копій «мемізованих» об'єктів і введення їх у міський простір, що наразі не використовується); 3) «вірусності» (поширення об'єктів-мемів на нові та існуючі простори в різних містах для їх швидкого перетворення в затребувані та місця для враження); 4) «ситуаційної толерантності» (підпорядкування нового об'єкту-мему традиційно сформованій композиції простору та існуючій домінанті); 5) «спадкоємної неперервності і різноманітності» (збереження, відновлення чи підкреслення новим об'єктом-мемом історично сформованого значення і змісту простору через доповнення існуючих семантичних архітектурних стереотипів і продовження традицій, а також можливість зміни ним своєї форми і функції при тиражуванні в інше місце задля уникнення прямого копіювання); 6) «когнітивної легкості» (спрощення формоутворення для легкого візуального, смислового і змістовного сприйняття людиною його та інформації, що він несе в громадський публічний простір міста).

Доповнено прийоми архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст наступними: «поєднання в одне ціле «активної», «нейтральної» і «пасивної» зони»; «камерні місця»; «контрастний яскравий колір в деталях і площинах простору»; «введення публік-медіа-арт об'єктів і 3D інсталяцій»; «створення «зелених» фасадів і муралів на глухих фасадах оточуючих будівель»; «активні міські майданчики»; «мобільні об'єкти-меми»; «функціональне і просторове перетікання»; «терасування і геопластика» тощо. Визначено функціонально-просторові прийоми розміщення об'єктів-мемів в них: «підкреслення показової демонстративності»; «використання стилізованих історичних форм»; «символічність в образному рішенні»; «нові об'єкти-меми – середовищні орієнтири і атрактори» тощо.

Надано рекомендації щодо композиційної цілісності громадських публічних просторів міст через поєднання в їх загальній відкритій композиції окремих місць із закритою композицією для забезпечення комфортного перебування різних людей;

застосування комбінації з прямолінійних і криволінійних форм у морфології нових об'єктів-мемів та площин і рівнів простору; їх когнітивної легкості через виділення кольором, матеріалом, штучним світлом об'єктів-мемів, як середовищних орієнтирів і атракторів; екологічної, соціальної і економічної атрактивності через поєднання природних і штучних компонентів в оздобленні, функціональне наповнення та рівномірний розподіл додаткових функцій, підтримання доступності для всіх і зручності різнотривалого перебування, пішохідна пріоритетність, тощо.

Запропоновані теоретичні положення були апробовані при розробці концептуальних проектів громадських публічних просторів міст різних країн: «Скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі» в Києві; «Громадського простору по вулиці Братиславській» в Києві; «Громадського публічного простору житлового району «Красный Двор» в Бресті (Білорусь); «Ревіталізації скверу в районі Гран-Сан-Блас» в Мадриді (Іспанія); «Нового публічного простору «Tottenham Pavilion» в районі Херінгей» в Лондоні (Великобританія) та «Нового енергоефективного публічного простору «Return to the Source» в Масдарі (ОАЕ). Також підтвердженням актуальності висунутих теоретичних припущень не тільки для відкритих, а й для закритих громадських просторів став проект «Soaring Arch – Ширяюче склепіння» – адаптація під інклюзивний громадський простір приміщень Мистецького Арсеналу по вулиці Лаврська, 10-12 у Києві», що отримав нагороду НСАУ у 2018 році.

Ключові слова: громадський публічний простір міста, семантичні архітектурні стереотипи, об'єкти-меми.

ABSTRACT

Holovatiuk A. K. Semantic architectural stereotypes of the city's public space. – As a manuscript.

Thesis for scientific degree of Doctor of Philosophy in specialty 191 «Architecture and urban planing». – Kyiv National University of Construction and Architecture, Kyiv, 2022.

In the **introduction** the relevance of the research topic is substantiated, the problem is identified, the state of scientific and practical studies is assessed; connection of work with scientific

programs is shown; the purpose, tasks, object and subject, boundaries and methods of research are determined; the scientific novelty and practical significance of the results obtained are disclosed, the approbation of the research results, the personal contribution of the applicant, publications, structure and scope of work are presented.

In the first chapter «**The current state of the theory and practice of the formation of the public space of the city**» the definitions of the concepts of «public space of the city», its «semantic architectural stereotypes» and «objects-memes» are disclosed and their relationship is shown; the history of the formation and development of public spaces of cities; theoretical and practical experience of their modern organization are analyzed.

Considering the different terminological interpretations of the concepts «space», «public», the definition of «public space» of the city was supplemented as a territory separated visually and physically by distinct objects, open to all people at any time, where various city actions and events take place, having such characteristic determinations as «Place», «People», «Purpose», «Actions». The concept of its «semantic architectural stereotypes» is defined as objects, fragments or details - symbols that carry a certain stable semantic meaning and determine the content and purpose of a certain public space of the city and its perception by a person, providing its semantic content. «Objects-memes» are defined as integral objects that carry a certain stable semantic meaning, that is obvious to everyone at the first acquaintance with them and do not require the necessary explanations and urban context. Therefore, they are treated as conditionally super-contextual semantic architectural stereotypes, that provide the semantic content of any public space of the city and can adapt to any context.

The study of the main historical periods of the formation of the public space of cities showed that its components are determined: «Place», «People», «Purpose», «Actions» and have undergone significant changes and additions at different stages and over time. The concept of «public space» is subjective, largely based on a person's idea of the universe. Semantic architectural stereotypes and objects-memes were found in the public spaces of the cities of each of the studied stages. Objects-memes that passed from one historical period to the next and provide the semantic content of any public space of the city also become clear. The identification of permanent objects-memes and those emerging over time, combined with the development of technology, gives an impulse to understand the future of public spaces that can respond to people's needs.

The analyzed theoretical experience of researching public space was generalized and systematized in the following four ideological areas: 1) «nostalgia»; 2) «activities for unification and equality»; 3) «conservation activities»; 4) «activity on escapism». It showed the versatility of the aspects of the conducted research and confirmed their need for the influence of objects-memes, defined as conditionally super-contextual semantic architectural stereotypes of the public space of the city, on its attractiveness and activity.

An analysis of the experience of creating public spaces in cities that affect human feelings confirmed the need to focus on their comprehensive study through the relationship of their certain components «Place» + «People» + «Purpose» + «Actions». The key issues that should be taken into account in their decisions, based on the physiological and psychological needs of a modern person, and the tasks that perform objects-memes in them were analyzed, for instance: 1) cognitive - are attractors and landmarks; 2) aesthetic - increase the visual quality of the space; 3) compositional - organize and physically fill the space; 4) functional - contribute to the functional filling of space; 5) socio-economic - contribute to attracting attention and involving people in a certain space, thereby increasing its social and economic activity; 6) urban planning - determine the urban centers of gravity. This study is focused on the disclosure of these problems.

In the second chapter «**Methodological principles for organizing the public space of the city, which positively affects the feeling of a person. Objects-Memes**» presents a general research methodology; the factors influencing the formation of the public space of the city are determined; the stages of «memization» of objects and the defining characteristics of objects-memes are identified; carried out their classification.

The general methodology for studying the public space of the city, which positively affects the feeling of a person in it, through the relationship of its components: «Place» + «People» + «Purpose» + «Actions» and objects-memes, as bridges in their combination and space in general and positive feedback of a person in it, consists of five successive stages: 1) preparatory (defining the problem, the degree of its study, putting forward a hypothesis, interpreting the terms «public space», «semantic architectural stereotypes» and «objects-memes», establishing their relationship); 2) analytical (conducting a historical analysis of the formation of public spaces of cities with the study of certain of their four components and highlighting their semantic architectural stereotypes and objects-memes; establishing factors of influence on the formation of public space of the city of

the present; stages of «memization» of objects and defining characteristics of objects - memes; their classification); 3) experimental (implementation of the sociological international video experiment «Architecture and Happiness» to investigate the perception of different people of the public space of the city; generalization of the characteristics of the latter, causing positive emotions in a person in it, and the creation of its graphic model with the interconnection of certain of its components: «Place» + «People» + «Purpose» + «Actions» and objects-memes); 4) synthesizing (formulation of principles, definition of techniques and provision of recommendations on the architectural and functional organization of public spaces of cities and placement of objects-memes in them); 5) the stage of implementation of the results (testing the put forward theoretical assumptions). To solve the tasks at the selected stages of the study, general (historical, critical, logical, and comparative analysis, decomposition and composition, generalization, systematization, classification, etc.) and special (factorial analysis, video experiment, experimental design) scientific methods were applied.

The following factors of influence on the formation of public spaces of cities are determined: economic, historical-political, social, historical-cultural, national-religious, psychological, natural, environmental, technological (information), and safety factors. Their semantic architectural stereotypes, formed under the influence of each factor, are identified, and those that can become objects-memes are identified.

Four stages of the appearance of objects-memes in the public space of the city were summarized and identified – «memization» of objects: I – «precedent phenomenon»; II – «effectiveness and replication»; III – «cleansing from the context»; IV – «virus» or «death». The defining characteristics of objects-memes are determined with the allocation of 5 main ones, namely: precedence of occurrence; objectivity; replication; universality (independence of context); «virality» (easy and fast distribution) and 10 additional ones, namely: demonstrative; emotional reversibility; relevance for different places; publicity; longevity (temporality); originality; simplicity; dynamism (kinetics); cosmopolitanism and interactivity. The binding of the main defining characteristics of object-memes to the stages of «memization» is shown. They serve as the basis for formulating the principles of their placement in the public space of the city.

A classification of objects-memes was carried out according to 10 features, which were combined into two categories - physical and mental. Physical - includes features that determine the physical features of objects-memes, namely: 1) by the type of object (buildings, structures, small

architectural forms, decoration elements, decorative elements, small signs, and symbols); 2) by size and morphological features (large, medium, small; simple, complex); 3) by location in the structure of space (ordinary, corner, centric; freestanding, adjoining, integrated (in the building); single, group); 4) by compositional value (indicative, accent, dominant; local, citywide); 5) by material (artificial, natural, artificially created with natural coating, mixed (composite)); 6) according to the coloristic solution (monochrome, polychrome). The mental category includes features that show their cognitive component, namely: 1) by the way of perception (visual, auditory, tactile, verbal, interactive, combined); 2) according to the message (motivating for a specific action, prohibiting a specific action, propaganda, navigation, entertainment, without a clear message); 3) according to the source of occurrence (precedent, spontaneous and combined); 4) according to the duration of «life» (long-term and short-term). The classification demonstrates the significance of certain groups of objects-memes for the public spaces of cities and is the basis for providing recommendations for their introduction into these spaces.

In the third chapter «**Sociological international video experiment «Architecture and Happiness» is about the perception of different people of the public space of the city»** the goals, objectives, format and questions of the experiment are defined; the stages of its implementation, errors are showed; analysis and synthesis of the obtained data; the results and conclusions are given.

A sociological international video experiment «Architecture and Happiness» was carried out with 1981 respondents from 29 countries to obtain information about different people's perception of public space in the city. It confirmed the hypothesis proposed by the author about the connection between the existing characteristics of the public space of a city and people's feeling of happiness in it due to certain actions and events, which can take place in this particular place due to its characteristics. And the connecting bridges in this are exactly the objects-memes, which evoke an emotional response, activate fantasy, associations and reactions.

The qualities and characteristics of objects, their successful combinations, positively affecting the mood and well-being of people in the public spaces of cities were identified, namely: 1) natural, ecological coatings and finishing materials; 2) shapes that imitate the natural environment; 3) their dimensions appropriate to the human scale; 4) the texture of their surfaces, imitating natural coatings or their motifs; 5) the presence of objects or surfaces in their finishing, damping noise of the city, absorb sound («green facades», natural and artificial «screens»); 6) lack

of very bright, pulsating light for illumination and advertising, etc. Among the successful combinations is the combination of artificial water features (e.g., fountains) with places for free time (seating, socializing, street food, etc.) and complementing them with places for creative activity (street «live» music). Among the morphological combinations, the most acceptable is the combination of fluid forms with broken forms, rather than focusing on only one type.

The qualities and characteristics of objects that cause mood deterioration and provoke negative human behavior included: 1) aggressive broken, sharp shapes; 2) repulsive design with far from natural color combinations; 3) disharmonious textures; 4) presence of signs of deterioration of objects (smokes, cracks, dirt, etc.); 5) lack of forms or objects in general, serving to protect people from various adverse weather conditions; 6) presence of inappropriate inscriptions, graffiti.

As a result, the characteristics of the public space of the city, close to the ideal, evoking positive emotions for people in it, were identified and summarized, namely: 1) a harmonious combination of natural and artificial components; 2) the presence in the overall open composition of interconnected individual places with closed composition; 3) co-scaling with the person; 4) a combination of straight and curvilinear forms in its morphology; 5) pleasant to the touch textures of all surfaces at human height level; natural colors; 6) the presence of artificial lighting; 7) cognitive ease; 8) safety, availability, and convenience for a diverse stay; 9) filling different functions to activate and diverse events in it. Based on these characteristics, we proposed a graphic model of public space in the city, positively affecting people's experience of it, in which its four components «Place» + «People» + «Purpose» + «Actions» and objects-memes are interconnected.

The fourth chapter «**Principles, techniques, and recommendations for the architectural and functional organization of public spaces of cities and placement of objects-memes in them**» formulates principles of the architectural and functional organization of public spaces of cities, general and special principles of placement of objects-memes in them, identifies techniques and gives recommendations disclosing them; proposes conceptual solutions of public spaces.

The following three principles of the architectural and functional organization of the city's public space have been formulated: 1) «compilation» (the combination of its various components into a single whole through an object-meme, as a coherent); 2) «attractiveness» (attracting attention and keeping it active by introducing new objects-memes, as attractors); 3) «multifunctionality and diversity of functions» (a variety of functional fillings).

Three general and three special principles of placement of objects-memes in public spaces of cities have been proposed, namely: 1) «overcontextuality» (their ability to spread and carry their message and give meaning to any public space without being tied to a certain context); 2) «replicativeness» (creating copies of «memized» objects and introducing them into the currently unused urban space); 3) «virality» (the spread of objects-memes to new and existing spaces in different cities for their rapid transformation into sought-after and places to impress); 4) «situational tolerance» (the subordination of a new object-meme to the traditionally established composition of space and the existing dominant); 5) «hereditary continuity and diversity» (preservation, restoration or underlining by a new object-meme of the historically established meaning and content of space by supplementing the existing semantic architectural stereotypes and continuing traditions, as well as the possibility of changing its form and function when replicated in another place) to avoid direct copying); 6) «cognitive ease» (simplification of the form for easy visual, semantic, and meaningful perception by people and the information that they bring to the public space).

The architectural and functional organization methods for the public spaces of cities were supplemented with the following: «combination into a single whole of «active», «neutral» and «passive» zones»; «chamber places»; «contrasting bright color in the details and planes of space»; «introduction of public media art objects and 3D installations»; «creating «green» facades and murals on the blind facades of the surrounding buildings»; «active urban areas»; «mobile objects-memes»; «functional and spatial overflow»; «terracing and geoplactic» etc. The functional-spatial techniques of placing objects-memes in them are defined: «emphasizing demonstrative demonstrativeness»; «use of stylized historical forms»; «symbolism in figurative solution»; «new objects-memes - middle landmarks and attractors», etc.

Recommendations on the compositional integrity of public spaces of cities through the combination of separate places with a closed composition in their general open composition to ensure a comfortable stay for different people is given. A combination of rectilinear and curvilinear forms in the morphology of new objects-memes and planes and levels of space is described. Cognitive ease due to highlighting by color, material, artificial light of objects-memes as medium landmarks and attractors; environmental, social, and economic attractiveness through a combination of natural and artificial components in the decoration, functional content, and uniform distribution

of additional functions, maintaining accessibility for everyone and the convenience of a stay of different lengths, pedestrian priority are listed.

The proposed theoretical positions were tested in the development of conceptual projects of public spaces in the different cities: «Vasily Slipak Square on the Andriyivsky Descent» in Kyiv; «Public Space on Bratislavska Street» in Kyiv; «Public Space in the residential area «Krasny Dvor» in Brest (Belarus); «Revitalization of the square in the Gran San Blas district» in Madrid (Spain); «New public space «Tottenham Pavilion» in the Heringey district» in London (United Kingdom) and «New energy efficient public space «Return to the Source» in Masdar (UAE). Also as a confirmation of the theoretical assumptions not only for open but also for closed public spaces, was the project «Soaring Arch» - the adaptation for inclusive public space of the premises of the Artistic Arsenal on Lavrska Street, 10-12 in Kyiv», which received the NSAU award in 2018.

Keywords: urban public space, semantic architectural stereotypes, objects-memes.

Список публікацій здобувача за темою дисертації

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Головатюк А. К. Меми та точки сенсу як спосіб ідентифікації та координації дії людини в сучасному міському просторі. Сучасні проблеми архітектури та містобудування: наук. – техн. збірник. Київ, 2018. Вип. 52. С. 44 – 50. ISSN 2077-3455.

<http://library.knuba.edu.ua/books/zbirniki/01/2018/201852.pdf>

2. Holovatiuk A. Memes in public urban spaces. Przestrzen Urbanistyka Architektura. Crakov, 2018. Vol. 2. P. 25 – 34. ISSN 2544-0853, e-ISSN 2544-6630.

<https://doi.org/10.4467/00000000PUA.18.021.9523>

3. Leshchenko N., Holovatiuk A. Inclusive public space as the result of modern functional adaptation of architectural monuments. Current issues in research, conservation and restoration of historic fortifications: collection of scientific articles. Chelm, 2018. № 10. P. 78 –86. ISSN 2544-6517. *Особистий внесок здобувача: історичний аналіз, аналіз сучасного стану об'єкту дослідження, рекомендації по організації комфортного інклюзивного публічного простору (акустичний, візуальний і навігаційний комфорт).*

4. Головатюк А. К. Вплив залежності від соціальних мереж на формування публічних просторів міст. Сучасні проблеми архітектури та містобудування: наук. – техн. збірник.

Київ, 2020. Вип. 56. С. 32 – 41. ISSN 2077-3455. <https://doi.org/10.32347/2077-3455.2020.56.32-41>

5. Holovatiuk A. Understanding the term of meme from the general and architectural point of view. SPACE & FORM. Szczecin, 2020. № 44. P. 71 – 78. ISSN 1895-3247. DOI: 10.21005/pif.2020.44.B-04. (Index Copernicus). <https://doi.org/10.21005/pif.2020.44.B-04>

6. Holovatiuk A. Historical analysis of the formation and development of public spaces in the Far East. Сучасні проблеми архітектури та містобудування: наук. – техн. збірник. Київ, 2022. Вип. 62. С. 40 – 49. ISSN 2077-3455. <https://doi.org/10.32347/2077-3455.2022.62.40-49>
<http://archinform.knuba.edu.ua/article/view/255182/252472>

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Головатюк А. К. До питання значення публічних просторів в підвищенні рівня благополуччя в країні. Тези доповідей II міжнародної науково-практичної конференції «Іноваційні технології в архітектурі і дизайні». Харків, 2018. С. 54 – 57.

8. Holovatiuk A. Scientific research in a form of social experiment. Materials of the VIII International Scientific Conference from the series “Phenomena of Borderland”. Szczecin, 2019. P. 25.

9. Головатюк А. К. Щодо актуальності відео-інтерв'ю як формату проведення архітектурного соціального опитування. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції: «Архітектура історичного Києва. BIM та інформаційні технології в архітектурі». Київ, 2019. С. 21 – 22.

10. Holovatiuk A. Comparison of the effectiveness of the questionnaire and video interviews in architectural research. Materials of the IX International scientific conference from the series "Phenomena of borderland", Szczecin, 2020. P. 25. ISSN 1895-3247.

11. Holovatiuk A. K. About the influence of the historically established notion of personality on the perception of the public space of the city. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції: «Архітектура історичного Києва. Історія – теорія - практика». Київ, 2020. С. 50.

12. Holovatiuk A. K. Space and personality in the countries of Far East. Матеріали Міжнародного науково-технічного форуму: «Архітектура та будівництво: нові тенденції і технології. Теорія та практика». Київ, 2021. С. 140.

ЗМІСТ

ТЕРМІНИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ	20
ВСТУП	21
РОЗДІЛ 1 СУЧАСНИЙ СТАН ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ МІСТА	30
1.1 Дефініція понять «громадський публічний простір», його «семантичні архітектурні стереотипи», «об’єкти-меми»	30
1.2 Простір і людина-особистість. Історичний аналіз формування і розвитку громадських публічних просторів міст	39
1.3 Аналіз теоретичного досвіду дослідження громадського публічного простору	57
1.4 Аналіз досвіду створення громадського публічного простору, що впливає на відчуття людини. Феноменологічний підхід	67
Висновки до розділу 1	82
РОЗДІЛ 2 МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ МІСТА, ЩО ПОЗИТИВНО ВПЛИВАЄ НА ВІДЧУТТЯ ЛЮДИНИ. ОБ’ЄКТИ -МЕМИ	84
2.1 Загальна методика дослідження. Методи дослідження	84
2.2 Фактори, що впливають на формування громадського публічного простору міст	90
2.3 Етапи «мемізації» об’єктів і визначальні характеристики об’єктів-мемів	105
2.4 Класифікація об’єктів-мемів	118
Висновки до розділу 2	127
РОЗДІЛ 3 СОЦІОЛОГІЧНИЙ МІЖНАРОДНИЙ ВІДЕО-ЕКСПЕРИМЕНТ «АРХІТЕКТУРА ТА ЩАСТЯ» ПРО СПРІЙНЯТТЯ РІЗНИМИ ЛЮДЬМИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ МІСТА	129
3.1 Цілі, завдання, формат та питання експерименту	129
3.2 Методика проведення експерименту. Етапи, прогрес, помилки	134
3.3 Аналіз і синтез отриманих під час експерименту даних	142
3.4 Результати експерименту	153
Висновки до розділу 3	163

РОЗДІЛ 4 ПРИНЦИПИ, ПРИЙОМИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ АРХІТЕКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ГРОМАДСЬКИХ ПУБЛІЧНИХ ПРОСТОРІВ МІСТ І РОЗМІЩЕННЯ ОБ'ЄКТІВ-МЕМІВ В НИХ	166
4.1 Принципи і прийоми архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст	166
4.2 Принципи і прийоми розміщення об'єктів-мемів в громадських публічних просторах міст	177
4.3 Рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст та розміщення об'єктів-мемів в них. Концептуальні рішення громадських публічних просторів	185
Висновки до розділу 4	209
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	211
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	215
ДОДАТОК А Список публікацій здобувача за темою дисертації	230
ДОДАТОК Б Акти впровадження	232
ДОДАТОК В Додаткові матеріали, які засвідчують апробацію положень дисертації	236
ДОДАТОК Г Джерела ілюстрацій	251

ТЕРМІНИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ

Громадський публічний простір міста – територія, відділена візуально і фізично окремими об'єктами, відкрита для всіх людей в будь-який час, де відбуваються різні міські дії і події, яка має такі характерні детермінації, як «Місце», «Люди», «Мета», «Дії».
(*Авторське визначення*)

Мем в архітектурі (**архітектурний мем**) – це будь-який фізичний об'єкт архітектурного середовища із закладеним в ньому посилом (сенсом), що зрозумілий для всіх при першому знайомстві з ним і не потребує супроводу необхідними поясненнями та міським контекстом, є популярним і актуальним для різних місць, забезпечує їх смислове наповнення і легке сприйняття людиною. Архітектурні меми на відміну від загального поняття «мем» чи інтернет-мемів є завжди матеріальні і проявляються через об'єкти-меми.
(*Авторське визначення*)

Об'єкти-меми (в громадському публічному просторі міста) – це цілісні об'єкти, які несуть певне стійке смислове значення, зрозумілі для всіх при першому знайомстві з ними і не потребують супроводу необхідними поясненнями та міським контекстом, а отже є умовно надконтекстними семантичними архітектурними стереотипами, забезпечують смислове наповнення будь-якого громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, здатні адаптуватися під будь-який контекст. (*Авторське визначення*)

Простір — «одна з основних об'єктивних форм існування матерії, яка характеризується протяжністю і обсягом» [105]. Простір — місце, в якому розташовані матеріальні предмети та відбуваються події. Він передає спосіб співіснування різних фізичних об'єктів, їх розміри, характеристики, взаємне розташування, зміни у часі [125].

Семантика простору – вчення про смислове значення простору і його зміни [178].

Семантичні архітектурні стереотипи – об'єкти, фрагменти чи деталі – символи, які несуть певне стійке смислове значення та визначають зміст і призначення певного громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, забезпечують його смислове наповнення. (*Авторське визначення*)

ВСТУП

Актуальність теми. Швидко мінливі умови сьогодення, пов'язані з урбанізацією міст, безперервними мутаціями в соціальній структурі і формах взаємодії людей, кліматичними, економічними і технологічними змінами, підіймають актуальність питання формування та розвитку громадських публічних просторів міст, що можуть легко адаптуватися під них. Це підтверджується домінуючою для багатьох міжнародних документів і програм ООН, ратифікованих Україною, таких як: положень Вашингтонської хартії «Про охорону історичних міст» [87], «Sustainable Development Goals», 2015 р. [92], «UN-Habitat. People-Centered smart cities», 2017-2021 pp. [93], «IAAC. Knowledge Alliance for Advanced Urbanism», 2015-2018 pp. [94], «Project for Public Spaces. Placemaking», 2020 р. [96], «НАСТО. Streets for Pandemic Response and Recovery Grant Program», 2021 р. [95], філософією сучасного і майбутнього громадських публічних просторів міст, яка шукає рішення для їх тривалого адаптивного існування, не просто копіюючи певні форми та об'єкти, а розуміючи і керуючись правилами, що лежать в основі них.

Науковою базою для даного дисертаційного дослідження є праці ряду вітчизняних та закордонних вчених. Слід виділити основоположні дослідження в галузі теорії архітектури та містобудування: В. Абизова [2], К. Александера [3], Ю. Асєєва [6], Ю. Білоконя [11], М. Блінової [12], В. Вадімова [15], М. Габреля [20], В. Глазичева [26, 27, 28], О. Гутнова [39, 40], М. Дьоміна [45, 46], Ю. Івашко [144], С. Лінди [65], И. Лежави [38], А. Мардера [70], Т. Панченко [81], А. Плешкановської [83], О. Ремізової [100], В. Тімохіна [109, 110], В. Товбича [111], І. Устінової [115], Г. Фільварова [118], І. Фоміна [119, 120], Г. Яблонської [127] та ін.; міського способу життя та міського середовища: Я. Гейла [22, 23], М. Гусєва [36], Дж. Джекобс [47], О. Диди [48], Н. Лещенко [62], К. Лінча [66, 67], О. Олійник [77], Н. Соснової [107], І. Стецюк [108]; його емоційної та естетичної складової: М. Анциферова [4], О. Бойко-Бойчук [14], І. Булах [236], М. Веббера [17], Л. Вірта [19], Л. Гнатюк [29], К. Дея [50], А. Іконнікова [53], Г. Зіммеля [51], Ю. Криворучка [59, 60], П. Наса [176], Г. Осиченко [79], І. Родичкіна [102], Л. Рубан [103], Б. Черкеса [122], Н. Шебек [124], О. Яницького [129], З. Яргіної [130] та ін. Важливе значення мають теоретико-методологічні основи феноменологічного підходу в

проектуванні архітектурного середовища, які висвітлені в дослідженнях Б. Вальденфельса [16], Е. Гусерля [37], М. Мерло-Понті [173], К. Норберг-Шульца [174], Ю. Палласмаа [80], В. Паперного [82], А. Переса-Гомеса [179], А. Раппапорта [181], М. Хайдеггера [150] та втілені в архітектурних об'єктах Т. Андо [134], М. Ботта [172], Ж. Нувеля [76], А. Сіза [186], С. Ж. Херцога и П. де Мерона [151], С. Холла [153], П. Цумтора [198] та ін. А також роботи, присвячені вивченню соціальної еволюції і поведінкових механізмів в соціумі: Р. Докінза [49], Д. Канемана [162], Н. Лумана [168], А. Маслоу [71], Р. Солсо [106], Д. Узнадзе [113] та ін.; дослідженню та проектуванню адаптивного архітектурного простору: В. Калебо [194], О. Криворучко [58], Е. Орлова [78], Б. Фарахи [135] та ін.

Здійснений аналіз попереднього досвіду показав різнобічність аспектів досліджень, проте питання щодо семантичних архітектурних стереотипів громадського публічного простору міста вивчено недостатньо. Відсутні наукові праці щодо впливу об'єктів-мемів, визначених в даній роботі, як умовно надконтекстних семантичних архітектурних стереотипів громадського публічного простору міста, на його атрактивність і активність.

Актуальність даної дисертації обумовлена необхідністю розробки методичних і практичних рекомендацій щодо організації атрактивного громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини, з урахуванням сталих об'єктів-мемів та нових, які з'являються з метаморфозами міського життя.

Наукова гіпотеза дослідження полягає в тому, що в основу організації атрактивного громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини, має бути покладено об'єднані в одне ціле запропоновані чотири його складові, а саме: «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії», для розглядання його, як певного місця в місті, візуально і змістовно означеного його семантичними архітектурними стереотипами і об'єктами-мемами, як їх умовно надконтекстними складовими, доступного для кожної людини будь-коли, де вона зможе вільно задовольняти свої різноманітні функціональні (утилітарні) потреби і проявляти свою особистість (здібності, переконання і вподобання), що і буде сприяти активності в ньому (рис.В.1). При цьому об'єкти-меми є містками у поєднанні простору і позитивних відчуттів людини в ньому.



Рис. В.1 Предмет, об'єкт, суб'єкт і гіпотеза дослідження

Враховуючи різні термінологічні визначення архітектурного міського простору, автор надає наступне для об'єкта дослідження – **громадського публічного простору** міста, як території, відділеної візуально і фізично окремими об'єктами, відкритої для всіх людей в будь-який час, де відбуваються різні міські дії і події, яка має такі характерні детермінації, як «Місце», «Люди», «Мета», «Дії».

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дана дисертаційна робота базується на діючих законодавчих і нормативних документах у сфері архітектури та містобудування, таких як: Закони України: «Про архітектурну діяльність», 1999р. [86]; «Про регулювання містобудівної діяльності», 2011р. [88]; Указ Президента України «Про стратегію сталого розвитку «Україна – 2020», 2015 р. [89]; державні будівельні норми України: ДБН Б.2.2-12:2019 «Планування та забудова територій» [41].

Відповідає чинним міжнародним документам, ратифікованим Україною, зокрема програмам ООН: «Sustainable Development Goals», 2015 р. [92], «UN-Habitat. People-Centered smart cities», 2017-2021 рр. [93]; міжнародній програмі «Project for Public Space», 2020 р. [96]; європейському проекту «Active Public Space», 2015-2017 рр. [97]; регіональній програмі «Київська ініціатива», 2011 р. [99].

Тема дисертації пов'язана із загальним напрямком наукових досліджень на кафедрі інформаційних технологій в архітектурі КНУБА та науковими програмами «Інформаційні технології в архітектурі», реєстраційний номер 0115U005203 від 23.06.2015, та «Моделювання та прогнозування процесів і явищ в архітектурі», реєстраційний номер 0121U112041 від 07.07.2021.

Дисертація відповідає паспорту спеціальності 191 – Архітектура та містобудування.

Мета дослідження – розробити методичні засади, сформулювати принципи, визначити прийоми та надати рекомендації щодо організації **громадського публічного простору** міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому, з урахуванням об'єктів-мемів, умовно надконтекстних семантичних архітектурних стереотипів.

Завдання дослідження:

– надати визначення поняттям «громадський публічний простір міста», «семантичні архітектурні стереотипи» і «об'єкти-меми» та показати їх взаємозв'язок;

- узагальнити результати історичного аналізу формування і розвитку громадських публічних просторів міст та теоретичного і практичного досвіду їх сучасної організації;
- розробити загальну методику дослідження громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому; запропонувати його графічну модель;
- визначити фактори, що впливають на формування громадських публічних просторів міст;
- виділити етапи «мемізації» об'єктів та визначальні характеристики об'єктів-мемів;
- здійснити класифікацію об'єктів-мемів;
- провести соціологічний міжнародний відео-експеримент для дізнання сприйняття різними людьми громадського публічного простору міста;
- сформулювати принципи, визначити прийоми і надати рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міста та розміщення об'єктів-мемів в них;
- розробити концептуальні рішення громадського публічного простору міста для перевірки на практиці отриманих результатів теоретичних досліджень.

Об'єкт дослідження – громадський публічний простір міста.

Предмет дослідження – семантичні архітектурні стереотипи громадського публічного простору міста.

Досліджувалися об'єкти-меми, які було визначено як умовно надконтекстні семантичні архітектурні стереотипи громадського публічного простору міста.

Оскільки будь-який громадський публічний простір і його семантичні архітектурні стереотипи та об'єкти-меми визначаються через їх сприйняття людиною, останню доцільним було виділити як суб'єкт дослідження, що також допомогло розкриттю висунутої гіпотези. До того ж слід зазначити націленість на отримання її позитивного сприйняття (рис. В.1).

Межі дослідження. Змістовні межі – охоплюють архітектурно-функціональні, соціальні і психологічні (когнітивні) аспекти формування і розвитку громадських публічних просторів міст. Територіальні межі – найкрупніші міста України і Європи. Для вивчення зарубіжного досвіду обрано громадські публічні простори міст країн Європи і Америки.

Методи дослідження. В роботі було використано загальні та спеціальні наукові методи (історичний, критичний, порівняльний аналіз, узагальнення, систематизація, класифікація та пофакторний аналіз).

Здійснено соціологічний міжнародний відео-експеримент «Архітектура та щастя», для дослідження сприйняття різними людьми громадського публічного простору міста. Запропоновано графічну модель громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому, з виділенням його складових «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії» і об'єктів-мемів. Застосовано метод експериментального проектування – для апробації отриманих теоретичних положень в концептах громадських публічних просторів міст (на прикладах Києва, Бреста, Мадрида, Лондона та Масдара).

Наукова новизна одержаних результатів:

Уперше:

– доповнено визначення поняття «**громадський публічний простір міста**», як території, відділеної візуально і фізично окремими об'єктами, відкритої для всіх людей в будь-який час, де відбуваються різні міські дії і події, яка має такі характерні детермінації, як: «Місце», «Люди», «Мета», «Дії»; надано визначення поняттям: «**семантичні архітектурні стереотипи**», як об'єкти, фрагменти чи деталі – символи, які несуть певне стійке смислове значення та визначають зміст і призначення певного громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, забезпечують його смислове наповнення; та «**об'єкти-меми**», як цілісні об'єкти, які несуть певне стійке смислове значення, зрозумілі для всіх при першому знайомстві з ними і не потребують супроводу необхідними поясненнями та міським контекстом, а отже є умовно надконтекстними семантичними архітектурними стереотипами, забезпечують смислове наповнення будь-якого громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, здатні адаптуватися під будь-який контекст;

– здійснено класифікацію об'єктів-мемів за двома категоріями (фізичною і ментальною) та 10 ознаками: за типом об'єкта (будівлі, споруди, малі архітектурні форми, елементи оздоблення, елементи декору, тощо); розмірами та морфологічними особливостями (великі, середні, малі; прості, складні); розташуванням в структурі простору (рядові, кутові, центричні; окремо стоячі, дотичні, інтегровані (в забудову); одиничні,

групові); композиційним значенням (вказівні, акцентні, домінантні; локальні, загальноміські); матеріалом (штучні, природні, змішані, тощо); колористичним рішенням (монохромні, поліхромні); способом сприйняття (візуальні, аудіальні, тактильні, вербальні, інтерактивні, комбіновані); посилом (мотивуючі, забороняючі, агітаційні, навігаційні, розважальні, тощо); джерелом виникнення (прецедентні, спонтанні, комбіновані); тривалістю «життя» (довго і короткострокові);

– проведено соціологічний міжнародний відео-експеримент «Архітектура та щастя» про сприйняття різними людьми громадського публічного простору міста;

– запропоновано графічну модель громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому, в якій виділено його чотири складові «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії» і об'єкти-меми, як містки у їх поєднанні і простору в цілому та позитивних емоцій у людини в ньому;

– сформульовано принципи архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст («компільторності», «атрактивності», «багатофункціональності і різноманітності функцій») і розміщення об'єктів-мемів в них (загальні: «надконтекстності», «реплікативності», «вірусності» та спеціальні, функціонально-просторові: «ситуаційної толерантності», «спадкоємної неперервності і різноманітності», «когнітивної легкості»).

Удосконалено:

– етапи «мемізації» об'єктів з виділенням наступних: I – «прецедентний феномен»; II – «дієвість і тиражування»; III – «очищення від контексту»; IV – «вірус» або «смерть», та визначальні характеристики об'єктів-мемів з виділенням 5 головних: прецедентність появи; об'єктивність; реплікативність; універсальність; «вірусність» і 10 додаткових: показову демонстративність; емоційну реверсивність; релевантність для різних місць; публічність; довговічність (темпоральність); оригінальність; спрощеність; динамічність; інтерактивність та космополітичність.

Отримали подальший розвиток:

– прийоми архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст: «поєднання в одне ціле «активної», «нейтральної» і «пасивної» зони»; «камерні місця»; «контрастний яскравий колір в деталях і площинах простору»; «введення паблік-медіа-арт об'єктів і 3D інсталяцій»; «створення «зелених» фасадів і муралів на

глухих фасадах оточуючих будівель»; «мобільні об'єкти-меми»; «терасування і геопластика» та функціонально-просторові прийоми розміщення об'єктів-мемів в них: «підкреслення показової демонстративності»; «нові об'єкти-меми – середовищні орієнтири і атрактори»; «використання стилізованих історичних форм»; «символічність в образному рішенні» тощо.

– рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст і розміщення об'єктів-мемів в них, які було узагальнено як: екологічні, композиційні, морфологічні, когнітивні, функціональні та соціально-економічні.

Практичне значення одержаних результатів. Основні теоретичні нароби даного дослідження (визначені фактори впливу на формування громадських публічних просторів міст; принципи і прийоми архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міста та розміщення об'єктів-мемів в них; виділені етапи «мемізації» об'єктів та визначальні характеристики об'єктів-мемів; критерії їх класифікації) можуть бути використані в майбутніх наукових студіях проблем організації громадських публічних просторів міста. Узагальнені результати здійсненого соціологічного міжнародного відео-експерименту «Архітектура та щастя», запропонована графічна модель громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому, та надані практичні рекомендації – розраховані на застосування в містобудівній практиці на аналітичному етапі проектування та при розробці проектів нових і реконструкції існуючих громадських публічних просторів міст. Результати даної дисертації також можуть бути використані у навчальному процесі на профільних кафедрах профільних ВНЗ.

Теоретичні положення роботи були впроваджені в низці концептуальних і експериментальних проектів: «Гармонізація громадського простору історичного середовища в м. Чернівці» (2016 р.), «Urban regeneration of a community in Madrid» (2017 р.), «Громадський публічний простір житлового району «Красный Двор» в Бресті» (2018 р.), «Soaring Arch – Ширяюче склепіння» – адаптація під інклюзивний громадський простір приміщень Мистецького Арсеналу по вулиці Лаврська, 10-12 у Києві» (2018 р.), «Громадський простір по вулиці Братиславській у Києві» (2019 р.), «Return to the Source: Uplifting» – новий енергоефективний публічний простір в Масдарі» (2019 р.), «Tottenham

Pavilion» – новий публічний простір в районі Херінгей в Лондоні» (2020 р.), «Сквер ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві» (2021 р.), які зайняли призові місця у вітчизняних і міжнародних архітектурних конкурсах, про що засвідчують отримані дипломи і нагороди НСАУ та акти впровадження.

Особистий внесок здобувача. Основні положення та результати дисертації, що виносяться на захист, отримані автором особисто. За темою дослідження здійснено 11 одноосібних наукових публікацій та 1 у співавторстві. В статті, опублікованій у співавторстві здобувачу належить проведений історичний аналіз, аналіз сучасного стану об'єкту дослідження, рекомендації щодо організації комфортного інклюзивного публічного простору, а саме його акустичний, візуальний і навігаційний комфорт (Додаток А. [3]).

При цитуванні інших авторів здійснено посилення на відповідні джерела.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження доповідались на 6 наукових конференціях: II міжнародної науково-практичної конференції «Іноваційні технології в архітектурі і дизайні» (Харків, 2018 р.); VIII, IX міжнародних наукових конференціях «Phenomena of borderland» (Щецин 2019 р., 2020 р.); V міжнародній науково-практичній конференції «Архітектура історичного Києва. BIM та інформаційні технології в архітектурі» (Київ, 2019 р.); VI міжнародній науково-практичній конференції «Архітектура історичного Києва. Історія – теорія - практика» (Київ, 2020 р.); VIII міжнародній науково-технічній конференції «Архітектура історичного Києва. Інформаційні технології» (Київ, 2021 р.).

Публікації. Наукові результати дисертації опубліковані у 12 друкованих працях, зокрема: 3 статтях у наукових фахових виданнях України категорії «Б»; 3 – у періодичних наукових фахових виданнях інших держав, які входять до ЄС; 6 тезах наукових доповідей в збірниках матеріалів міжнародних конференцій.

Структура і обсяг роботи. Дисертація складається з анотацій, списку публікацій здобувача за обраною темою, переліку термінів, вступу, 4-х розділів із висновками, загальних висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 257 сторінок, з яких основний текст складає 155 сторінок, рисунки – 39, список використаних джерел з 198 найменувань – 15, додатки – 28, в тому числі акти впровадження – 3.

РОЗДІЛ 1

СУЧАСНИЙ СТАН ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ МІСТА

1.1 Дефініція понять «громадський публічний простір», його «семантичні архітектурні стереотипи», «об'єкти-меми»

Для визначення поняття «громадський публічний простір» пропонується розібрати його на складові, дослідити визначення кожної складової окремо, а саме: «простір», «громадський», «публічний», і зібрати їх в одне ціле (рис. 1.1).

Простір – місце, в якому розташовані матеріальні предмети та відбуваються події. Він передає спосіб співіснування різних фізичних об'єктів, їх розміри, характеристики, взаємне розташування, зміни у часі [125].

«Простір і час не сприймаються самі по собі – і з цієї точки зору вони відрізняються від інших об'єктів; але ми сприймаємо їх разом з об'єктами ... Простір і час не існують як «речі самі по собі»; навіть будучи порожніми, вони даються нам в зв'язці з об'єктами, які їх наповнюють і обмежують. Простір і час споконвічні і у них немає початку, вони завжди присутні, як в аномальному, так і в нормальному психічному житті. Вони ніколи не можуть зникнути. Модифікуватися можуть тільки способи, за допомогою яких ці категорії сприймаються, способи переживання цих категорій, оцінки їх і тривалість оцінки» [131] – наукове твердження про простір, опубліковане К. Ясперсом у фундаментальній праці з неврології «Загальна психопатологія» в 1913 році.

Точка зору науковця наводить на цікаві висновки. Очевидно, що ми не можемо торкнутися, спробувати, понюхати чи навіть побачити «простір» – ми приймаємо його існування як даність. Більше того, кожен сприймає його по-своєму, тобто поняття «простір» є доволі суб'єктивним, і фізичний простір може значно відрізнитися від того, як людина його уявляє. Навіть не коректним буде казати «уявляє», скоріше, як людина інтерпретує сенс інформації про простір, що надходить через органи чуттів, та пов'язує з уже існуючими парадигмами (попереднім досвідом, вихованням, манерами, особистими переконаннями та віруваннями). Результатом цього процесу і є певна модель оточуючої дійсності.

ТЕРИТОРІЯ, ВІДДІЛЕНА ВІЗУАЛЬНО І ФІЗИЧНО ОКРЕМИМИ ОБ'ЄКТАМИ,
ВІДКРИТА ДЛЯ ВСІХ ЛЮДЕЙ В БУДЬ-ЯКИЙ ЧАС,
ДЕ ВІДБУВАЮТЬСЯ РІЗНІ МІСЬКІ ДІЇ І ПОДІЇ,
ЯКА МАЄ ТАКІ ХАРАКТЕРНІ ДЕТЕРМІНАЦІЇ, ЯК
"МІСЦЕ", "ЛЮДИ", "МЕТА", "ДІЇ"

ГРОМАДСЬКИЙ ПУБЛІЧНИЙ ПРОСТІР МІСТА



КОРТЕЖ ПУБЛІЧНОГО ПР. ІМ. ВАСИЛЯ СЛІПАКА НА АНДРІВСЬКОМУ УЗВОЗІ

СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ МІСТА

ОБ'ЄКТИ, ФРАГМЕНТИ ЧИ ДЕТАЛІ - СИМВОЛИ, ЯКІ НЕСУТЬ ПЕВНЕ СТІЙКЕ
СМИСЛОВЕ ЗНАЧЕННЯ ТА ВИЗНАЧАЮТЬ ЗМІСТ І ПРИЗНАЧЕННЯ ПЕВНОГО
ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ МІСТА І ЙОГО СПРИЙНЯТТЯ
ЛЮДИНОЮ, ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ ЙОГО СМИСЛОВЕ НАПОВНЕННЯ

ОБ'ЄКТИ-МЕМИ

ЦІЛІСНІ ОБ'ЄКТИ, ЯКІ НЕСУТЬ ПЕВНЕ СТІЙКЕ СМИСЛОВЕ ЗНАЧЕННЯ, ЗРОЗУМІЛІ ДЛЯ
ВСІХ ПРИ ПЕРШОМУ ЗНАЙОМСТВІ З НИМИ І НЕ ПОТРЕБУЮТЬ СУПРОВОДУ
НЕОБХІДНИМИ ПОЯСНЕННЯМИ ТА МІСЬКИМ КОНТЕКСТОМ, А ОТЖЕ Є УМОВНО
НАДКОНТЕКСТНИМИ СЕМАНТИЧНИМИ АРХІТЕКТУРНІМИ СТЕРЕОТИПАМИ,
ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ СМИСЛОВЕ НАПОВНЕННЯ БУДЬ-ЯКОГО ПРОСТОРУ ТА ЙОГО
СПРИЙНЯТТЯ ЛЮДИНОЮ, ЗДАТНІ АДАПТУВАТИСЯ ПІД БУДЬ-ЯКИЙ КОНТЕКСТ

Рис. 1.1 Поняття «громадський публічний простір», його «семантичні архітектурні стереотипи», «об'єкти-меми»

В своїх наукових дослідженнях, опублікованих в збірнику статей «Простір та буття», письменник та художник по освітленню Д. Міхалевський висуває припущення про взаємозв'язок рівня абстрагування, цілісності мислення, цілісності картини світу та специфіки сприйняття простору [75]. Тобто, з простором, як з засобом вираження певного послугу, можуть взаємодіяти люди, що досягли певного рівня розвитку особистості. Самоусвідомленість допомагає розуміти простір і його важливість. Також автор впевнений, що сприйняття простору змінюється, як з дорослішанням певної людини, так і в різний історичний період з загальним розвитком суспільства. Він, загалом, виділяє 5 етапів становлення його цілісності: 0D – обробляється обмежений об'єм інформації; 1D – з'являється поняття часу і шляху; 2D – двохмірність, площина, бінарність; 3D – перспектива; за цим етапом настає розпад структур [75]. З підвищенням зв'язності свідомості збільшується ефективність мислення і об'єм інформації, що сприймається. Як наслідок, відбувається розширення простору, що проходить обробку, і зміна картини світу.

Французький філософ і соціолог А. Лефевр дає простору двояку характеристику: і як місця існування матеріальних об'єктів, і як культурно-соціальний конструктор. Він підкреслює, що міський простір слугує знаряддям, як думки, так і дії, являє собою, як засіб виробництва, так і засіб контролю. А це означає – панування. Не зважаючи на це, простір є автономною одиницею, і ті, хто його використовують, не мають над ним влади [61].

В архітектурному довіднику-словнику під редакцією А. Мардера **простір в архітектурі** детерміновано, як «... фізично або зорово виділений архітектурною формою. Стосовно певної архітектурної форми простір може бути зовнішнім або внутрішнім, суцільним або розчленованим» [70]. В архітектурі – це «простір соціальних (функціональних) процесів, до яких входять і процеси сприйняття людиною самого простору. Параметри ... соціального процесу визначають фізичну і геометричну його організацію та характер його сприйняття у часі, взаємодію людини» [70].

Термін «публічний простір» офіційно з'явився у другій половині ХХ-го століття в дослідженнях науковців із різних галузей, а також був задекларований в документах Ради Європи.

В словнику української мови термін «**публічний**» трактується, як «призначений для публіки», «широкого відвідування і користування» [105].

Відповідно до Постанови Ради Європи (1986 р.) відкритий публічний простір міста детермінується, як його «громадська вітальня» [182].

Німецький філософ Х. Арендт трактує публічний простір, як середовище, що пристосоване для громадського і людського розвитку – тільки те, що потрапляє в публічний простір, має можливості розвитку, те ж, що виходить з публічного простору в тінь індивідуального, розвиватися перестає [5].

Американська журналістка Д. Джекобс відправною точкою для поняття «публічний простір» вважає функцію, а точніше, різноманіття з функцій, щоб залучити якомога більше різних людей. Чіткий поділ між приватним і публічним простором визначається можливістю займатися багатьма речами відразу в ньому [47].

Археолог і психолог С. Лоу визначає публічний простір, як місце в місті – плацдарм для політичної демократії та втілення усього розмаїття культури, для якого характерні соціальні взаємодії, толерантність і збереження традицій [68].

Німецький мистецтвознавець і філософ Б. Гройс ідентифікує поняття «публічного простору» з вакуумом, відкритим і пустим, в якому розташовуються об'єкти мистецтва, будівлі, пам'ятники, реклама, політична пропаганда. Основне призначення публічності проявляється в «діяльності під прицілами поглядів натовпу» [148].

Італійський ландшафтний архітектор, майстер інсталяцій, В. Акончі зазначає, що «публічний простір – не якесь місце в місті, це саме місто» [195], чим говорить про важливість його цілісного сприйняття, а не окремих фізичних об'єктів в ньому.

Термін **«громадський»** в словнику української мови визначається, як «призначений для загального користування», відкритий і доступний для всіх людей [105].

В «Хартії суспільного простору», прийнятої в 2014 році ООН-Хабітат (Програмою ООН по населених пунктах) сказано, що «громадські місця – це ключовий елемент добробуту індивіда і суспільства, місця загального життя спільноти, як вираження різноманітності їхнього спільного природного і культурного багатства і основ ідентичності» [91].

Політолог і економіст С. Амін трактує громадський простір міста в одночас, як місце демонстрації сили, влади, можливостей і досягнень та символ колективного благополуччя [133].

За визначенням американського архітектора Ч. Беннінгера, громадські простори – «це доступні і відкриті простори, без фізичних, соціальних чи економічних бар'єрів» [139].

Український архітектор О. Олійник надає наступне визначення громадського простору, як «сукупності просторів – вулиць, площ, парків та інш., що перебувають у державній або приватній власності, але призначені для загального користування, доступні для усіх громадян безкоштовно, щоденно і без обмежень» [77].

Н. Соснова, це один український архітектор-науковець, визначила громадський простір міста, як «міська пішохідна територія поліфункціонального призначення, яка сформувалася під впливом історичних, культурних, соціальних і економічних умов, та є рівнодоступна у користуванні» [107]. За її визначенням, щодо міського простору, термін «громадський» означає приналежність території громаді, а термін «публічний» – тільки можливість «широкого відвідування» цієї території [107].

В нормативних будівельних документах України відсутнє чітке визначення поняття «громадський публічний простір» міста. Відповідно до діючого ДБН Б.2.2-12:2019 «Планування і забудова територій» в межах загальноміського центру слід створювати «систему взаємозв'язаних громадських просторів з виділенням головної площі, вулиці, пішохідних вулиць і зон» [41].

Концепція даного дослідження передбачає об'єднати в одне ціле чотири складові поняття «громадського публічного простору», а саме «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії» і розглядати його як певне місце в місті, доступне для кожної людини будь-коли, де вона зможе вільно задовольняти свої різноманітні функціональні (утилітарні) потреби і проявляти свою особистість (здібності, переконання і вподобання), що і буде сприяти активності в ньому.

Кожний простір несе певне смислове навантаження і має свої особливості – визначальні характеристики, архітектурні стереотипи, які допомагають людині правильно ідентифікувати його значення і призначення.

Поняття «стереотип» визначається як «схематичний, стандартизований образ або уявлення про соціальне явище чи об'єкти, зазвичай емоційно забарвлене, яке володіє стійкістю. Висловлює звичне ставлення людини до якогось явища, яке склалося під впливом соціальних умов і попереднього досвіду» [57].

Філолог і культуролог В. Красных стереотипи, як феномен, поділяє на два види: «стереотипи поведінки і стереотипи-уявлення про предмет або ситуацію» і, відповідно, позначає їх як «стереотипи-образи і стереотипи-ситуації». За його визначенням «стереотип – це стійке, обумовлене національно-культурною специфікою уявлення про предмет або ситуації» [56].

Отже, враховуючи наведені вище термінологічно-понятійні трактування «простору» і «стереотипу» в даному дисертаційному дослідженні приймаються наступні визначення громадського публічного простору міста та його семантичних архітектурних стереотипів.

Громадський публічний простір міста – територія, відділена візуально і фізично окремими об'єктами, відкрита для всіх людей в будь-який час, де відбуваються різні міські дії і події, яка має такі чотири характерні детермінації, як: «Місце», «Люди», «Мета», «Дії». Зазвичай це відома частина міста, яка належить людям (рис.1.1).

Для дослідження і вирішення питань, пов'язаних з розумінням людиною смислового значення певного громадського публічного простору, його показу і представлення в необхідній формі, а також виявлення його змін, в даній роботі введено поняття семантичні архітектурні стереотипи громадського публічного простору.

Семантичні архітектурні стереотипи – об'єкти, фрагменти чи деталі – символи, які несуть певне стійке смислове значення та визначають зміст і призначення певного громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, забезпечують його смислове наповнення (рис.1.1).

Поняття «мем», з загальної точки зору, означає щось нематеріальне (ідея, образ, концепт, асоціація, думка, стиль поведінки, фраза, звуки, тощо), що будь-яким способом (вербально, графічно, віртуально) передається від людини до людини. Мем видозмінюється самим його носієм, впливає, як на нього, так і на суспільство в цілому. Головною визначальною рисою мема є його здатність до створення власних копій – реплікації. Фактично, без існування копій, будь-що не можна назвати мемом. Другою визначальною рисою мема є його універсальність. В деяких джерелах мем роз'яснюють як «знак, очищений від контексту» [72], тобто будь-який елемент масової культури після виникнення в конкретних умовах, проходить реплікацію, отримує незалежність від конкретної ситуації –

місця, і перетворюється в безконтекстну одиницю інформації. Його (мем) можна застосувати і зовсім в інших обставинах, проте він і надалі буде нести свій інформаційний зміст. І третьою визначальною рисою мема є його вірусність. Для цього його інформація має бути актуальною, звертати на себе увагу, впливати і викликати бажання у людей передати її далі. Більше того, важливо і те, хто ретранслює інформацію далі – для успіху кампанії людина-поширювач повинна володіти довірою мас.

Існують дві науки – меметика та мемологія, які вивчають елементи культурної інформації в тій чи іншій формі, їх причини виникнення, значення, сприйняття людиною, розповсюдження. Перша, меметика, виникла на основі генетики, а точніше припущення Р. Докінза про тіло людини, що є механізмом для зберігання і передачі не тільки генетичної, а і культурної інформації [49]. Її назва походить від грецького слова «міметес», що перекладається як «наслідувач», «імітатор» і була пізніше скорочена самим автором для зручності. У 1976 році Р. Докінзом була випущена книга «Егоїстичний ген», що описує концепт реплікаторів, тих самих «мемів, що є доповненням до звичайних соціокультурних процесів» [49]. За думкою Р. Докінза, наша культура і релігія складається з великої кількості інформаційних одиниць – мемів, які зароджувалися, функціонували, самовідтворювалися і еволюціонували впродовж конкретних історичних епох, а деякі, навіть, дійшли до нашого часу [49].

Доречі, ідея про копіювання інформації зовсім не нова. Наприклад, французькі філософи ХХ ст. Жорж Батай [8] і Жиль Делез [43] досліджували «симулякри» – копії того, що не існує в реальності. Проте «симулякри» теж не є продуктом ХХ століття. Вперше про них згадував ще Платон, але в його працях вони мали назву «ейдолони» і означали невдалу копію, що при втіленні в реальності спотворює ідею-прототип, не відображаючи суті [166]. Одночасно з Р. Докінзом і раніше інші науковці говорили про дуже схожі поняття, наприклад «культургени» та «ментальні мікроби» (Е. Уілсон та К. Льюмсен [169]), проте, ці ідеї не прижилися.

В 1994 році виник новий термін – «медіавірус», що є похідним від «мема», з тією різницею, що частки інформації переносяться через ЗМІ та мають вплив на особисті судження багатьох людей (це, наприклад, сенсації, скандали, плітки, поведінка людей, тощо). І саме поняття «мема» в даній теорії розглядалося, як негативне явище, що не має корисного змісту, проте зацікавлює і викликає значущі наслідки для суспільства. Термін був введений фахівцем із галузі засобів масової комунікації Д. Рашкоффом для опису завуальованих ідей, що вживлюються медіавірусами в інфосферу, а потім осідають, як чужі думки в головах багатьох [184].

Негативного окрасу поняття «мема» набуває і в наукових твердженнях популяризатора меметики С. Блекмор [190]. На початку 2000-их вона висуває теорію про мутацію мема і появу зовсім нового виду – технологічного, «т-мема». Він використовує людські ресурси (мем-машини) для того, щоб швидше еволюціонувати, копіювати і розмножувати собі подібних і, в кінці-кінців, заповнити всю планету, що, звісно, не є однозначно позитивним явищем для людства. За концепцією С. Блекмор, люди не обирають свідомо, що їм копіювати, а що ні, тому разом з корисними речами, процесами, ідеями реплікуються і зовсім непотрібні, «паразитуючі» [190]. За багато років існування пліч-о-пліч з мемами-«паразитами» люди звикли до них і не помічають їх егоїстичну природу [190].

Ще пізніше вперше заговорили про мемологію – другу науку про меми, а саме інтернет-меми, в Інтернет середовищі. **Інтернет-мем** (або інтернет-феномен) – це одиниця інформації, нематеріальний об'єкт, що спонтанно набув популярності і всіма доступними способами тиражується в цифровому просторі [121]. Інтернет-мем, на відміну від звичайного мема, має коротший життєвий цикл і його набагато простіше відстежити.

На даний момент дослідження мемів здійснюється в багатьох крупних університетах світу. Проте меми напряду ніколи не вивчалися з архітектурної точки зору, і варто задатися питанням – а що ж можна назвати мемом в архітектурі, в громадському публічному просторі міста?

За аналогією із загальним можна надати визначення мема з архітектурної точки зору.

Мем в архітектурі (архітектурний мем) – це будь-який фізичний об’єкт архітектурного середовища (в даному випадку, громадського публічного простору міста) із закладеним в ньому посилом (сенсом), що зрозумілий для всіх при першому знайомстві з ним і не потребує супроводу необхідними поясненнями та міським контекстом, є популярним і актуальним для різних місць, забезпечує їх смислове наповнення і легке сприйняття людиною.

І якщо провести паралель **архітектурні меми – семантичні архітектурні стереотипи**, то архітектурні меми можна визначити, як семантичні архітектурні стереотипи, що умовно не прив’язані до будь-якого контексту. Їх зміст завжди зрозумілий, незалежно від контексту. Проте їх форма може бути адаптованою під той контекст, в який вони тиражуються. Первісний сенс архітектурних мемів також може змінюватися, і тоді вони виконуватимуть іншу функцію в іншому просторі.

Меми в архітектурі (архітектурні меми) на відміну від загального поняття «мем» чи інтернет-мемів є завжди матеріальні і проявляються через об’єкти-меми. Їм можна надати наступне визначення.

Об’єкти-меми (в громадському публічному просторі міста) – це цілісні об’єкти, які несуть певне стійке смислове значення, зрозумілі для всіх при першому знайомстві з ними і не потребують супроводу необхідними поясненнями та міським контекстом, а отже є умовно надконтекстними семантичними архітектурними стереотипами, забезпечують смислове наповнення будь-якого громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, здатні адаптуватися під будь-який контекст (рис.1.1).

Загалом, більшість об’єктів благоустрою громадського публічного простору міста і навіть групи цих об’єктів можна вважати об’єктами-мемами. До них можна віднести, як традиційні скульптури, ліхтарі, клумби, лавочки, фонтани, а також окремі елементи фасадів і будівлі в цілому, що обмежують, є частиною або відділяють один громадський публічний простір від іншого, так і сучасні кінетичні скульптури, стрампи, відкриті павільйони і навіть імерсивні перформанси.

Завдяки об'єктам-мемам дуже довгий та складний для розуміння описаний сенс простору передається більш простим способом – за рахунок їх певного розташування, через їх форми, габарити, фактури та текстури, кольори та їх поєднання, гри світла та тіні. Даний сенс впливає на людину, стає зрозумілим для неї в залежності від того, наскільки вона фокусується на цих об'єктах, наскільки вони її вражають та наскільки вона сама ментально готова зрозуміти смисл [155]. Об'єкти-меми можуть також вказати людині, як вести себе в даному просторі, що дозволено, а що забороняється робити.

За яких умов певні архітектурні об'єкти можуть стати об'єктами-мемами буде розглянуто в другому розділі, в п.2.3. А в наступному підрозділі пропонується простежити формування і розвиток громадських публічних просторів міст з детермінацією їх особливостей для кожного історичного етапу, виявленням їх семантичних архітектурних стереотипів та об'єктів-мемів, як їх умовно надконтекстних складових.

1.2 Простір і людина-особистість. Історичний аналіз формування і розвитку громадських публічних просторів міст

Поки термін «публічний простір» офіційно не народився у другій половині ХХ-го століття в дослідженнях соціологів, культурологів, архітекторів, урбаністів і просто активних жителів міста, буде доречно поспостерігати за паралельним розвитком простору і людини-особистості та її сприйняття останнього з плином історії. Нижче наведено описову характеристику простору і особистості в країнах Далекого Сходу (Японії, Китаї) та аналіз їх співвідношення в різні періоди європейської історії.

Простір і людина-особистість в країнах Далекого Сходу

Багато науковців-дослідників з різних галузей (історики А. Раєвський [98], А. Мещеряков [73], мистецтвознавець Д. Міхалевський [75], філософи Е. Штейнер [126], Л. Карелова [55], архітектор Ю. Івашко [52]) сходяться на думці, що в далекосхідній традиційній культурі було відсутнє поняття особистості. Принаймні в тому сенсі, в якому воно існувало в середньовічній християнській Європі або в добу Античності.

В той час, як західна культура була і є націленою на розвиток незалежної мислячої індивідуальності, в країнах Далекого Сходу основна ставка завжди робилася на колективізм, співпрацю і групову роботу. Більше того, концепція конфіденційності, особистого простору і досі трактується, як ізольованість і потайливість та, загалом, йде в розріз з традиційними цінностями. Наприклад, і досі вважається нечемним прикривати двері в спальню (замикати їх на ключ можна тільки тоді, коли перевдягаєшся) – це трактується як недовіра до сім'ї, в домі якої ти мешкаєш. Також дуже дивною для представників західної культури є, наприклад, звичка китайців постійно порушувати особистий простір людини, тобто наблизитися і стояти менш ніж на 30 сантиметрів, буквально наступаючи на п'ятки і дихаючи в потилицю. Про відсутність розмежування свого і чужого простору у Китаї свідчить і те, що будь-яка розмова по телефону або при особистому спілкуванні стає суспільним надбанням – як жінки, так і чоловіки говорять пронизливо голосно.

Корінь такого культурного явища слід шукати в релігійному підґрунті життя китайців та японців. З поширенням більш ніж 2 тисяч років тому філософсько-релігійних вчень буддизму, даосизму, конфуціанства та синтоїзму в країнах Далекого Сходу почали формуватися довготривалі, стабільні, загальні звички в образі мислення та загальноприйнятті погляди на життя.

Спільним для цих вірувань є заперечення поняття «я», як продукту затьмареної свідомості. Як ціль ставиться очищення свідомості від цього затьмарення шляхом просвітлення – процес, що може розтягнутися не на одне життя. Якщо поняття «сам» на Заході – це цільна і унікальна особистість, то «сам» в Китаї і Японії розширюється до рівня сім'ї, рідні, друзів, роду, а також є сукупністю свого і суспільного подолання шляху.

Групова свідомість, що не схвалює особистісного початку, діяла на різних рівнях в суспільстві. Починаючи з того, що людина в традиційній Японії і Китаї не сприймалася сама по собі, а розглядалася по приналежності до групи (сім'ї, селища, самурайського роду, клану). Це підтверджує той факт, що фамілія завжди стоїть в Китаї перед ім'ям, яке, до речі, не давалося раз і назавжди, а змінювалося від дитячого до посмертного (у митців і майстрів кількість творчих імен налічувала більше десяти). Також слово, що означає

займенник «я», змінювалося в залежності від контексту і способу комунікації, тобто, ніколи не було одним і тим же.

По-друге, на користь теорії про знеособлення свідчить і слабкий розвиток портретного мистецтва по відношенню до пейзажу. При цьому в портретах риси обличчя не індивідуалізувалися. Детально зображувались канонічні пози, вбрання, що дозволяло визначити суспільний статус, чин, а обличчя, на противагу, залишалося без індивідуальних рис.

В традиційній далекосхідній культурі дуже помітною є незвична Західному світу композиція просторів: асиметрична, з великим фрагментом в кутку, а також звичка залишати більшу частину площини порожньою – принцип «порожнечі». При цьому погляд не концентрується на чомусь конкретному, немає композиційного центру, немає прямої чи зворотної перспективи. На Заході порожній простір завжди чимось заповнюється, на Далекому Сході, навпаки, «порожнеча» є однією з фундаментальних ідей буддійської філософії. Злиття з цією «порожнечою», як злиття з Буддою, як спроба відшукати Будду в собі – взагалі, один з сеансів буття.

Відсутність особистості, як соціо-психологічної категорії, читається і в традиційній японській архітектурі. Традиційний японський будинок з невеликими варіаціями складається з 3-ох видів простору – вітальня для відвідувачів, житлові кімнати та задні покої. Загалом, внутрішній простір мало диференційований, а від зовнішнього відділяється просторовими «складками». «Складки» формуються як за рахунок природного ландшафту (ставку, саду, малих архітектурних форм), так і за допомогою «енгави» – відкритої галереї, що оточує будівлю з двох-трьох сторін. Крім того житлові кімнати відділяються від головного входу «генканом» – зоною при входних дверях. Всередині «складки» продовжуються у вигляді рухомих прозорих («сєдзі») і непрозорих («фусумі») перегородок, що при статичній каркасній конструкції будівлі дозволяють швидко змінювати функцію простору. В японських традиційних будинках часто немає дверей. Коли погода дуже спекотна, особливо в бідних регіонах Японії, жителі просто відкривають всю будівлю навстіж. Природа «тече» через житловий простір. Центру, як композиційного, так і акцентного, немає, не знайдеться агресивних світлових плям і надмірно яскравих ділянок – все збалансовано.

Якщо підсумувати, то китайська і японська культура та їх традиції побудовані на міфологічному мисленні (за синтоїстичними вченнями, все, що існує, має душу, і це прирівнює між собою об'єкт і суб'єкт), на гармонії та єднанні з природою, якими пронизаний буддизм, та на шляху «дао» – осягненні природи і її закономірностей. Не можна сказати, що релігійні вчення зовсім заперечують факт існування особистості, але, безперечно, звеличують єднання, групу в порівнянні з окремою людиною. В просторовому відношенні, на релігійному підґрунті, в японській архітектурі виникли такі поняття, як «оку» (глибина), «сабі» (тінь, приглушеність на межі зникнення фарб і звуків), «наре» (патина, сліди часу), «кансо» (простота), «ма» (порожнеча), «вабі» (убогість), «сей яку» (спокій), «датсузоку» (небуденність), «юген» (недомовленість в інтер'єрі та архітектурі), «сізен» (натуральність), «сібумі» (есенція), «фукінсей» (асиметрія). Їх умовно можна віднести до визначальних характеристик семантичних архітектурних стереотипів простору, певного «місця» [159].

Дуже важливим для розуміння семантичних архітектурних стереотипів просторів міст Східного світу є і садово-паркова культура. Основними ландшафтно-композиційними прийомами формування прогулянкових японських садів вважаються наступні: «сінгё-со», «мігакуре» і «сакко». «Сінгё-со» – непомітний перехід від парадної зони до напівофіційної і потім – до приватної. «Мігакуре» – забезпечення мінливої перспективи (приховати і показати), найчастіше при повороті або переході через міст. «Сакко» – «запозичений пейзаж», тобто залучення в поле сприйняття віддаленої гори, пагорба або пагоди, поєднуючи дальній і ближній плани, при цьому небажані проміжні плани приховані. Схожі прийоми можна спостерігати і в мистецтві китайського саду, і в палацових садах корейських династій, що доводить спільність розвитку східного міста.

Традиційний японський та китайський сад можна вважати архітектурним об'єктом-мемом, бо він тиражувався і прижився в багатьох країнах світу далеко за межами Японії, і не тільки, як частина прибудинкового простору, а й як певна ділянка громадського публічного простору. При цьому він є актуальним і для сучасних громадських просторів міст. А його функція і смислове навантаження, що він приносить в певний простір, і наразі є зрозумілим для кожного, а отже його можна вважати сталим об'єктом-мемом.

Простір і особистість в європейській історії

Простежимо співвідношення простору (публічного простору) і людини-особистості в різні періоди європейської історії.

Античність (3 тис. років до н.е. – V ст. н.е.) (рис.1.2)

Культурні події в Стародавній Греції вважаються початком всієї Європейської історії. Основних достовірних причин на це дві. По-перше, хоча Далекосхідні країни психологічно були значно більш розвинутими, ідеї колективізму, закладені культурою і релігією Китаю та Японії не схвалювали звеличування геніальності однієї пересічної людини. Саме в Греції вперше почали шанувати особистість і популяризувався духовний, особистісний ріст та пошуки свого місця в світі. На заміну деспотичному владарюванню в країнах Далекого Сходу, де тільки правитель, що займав місце на вершині, мав право вирішувати та обирати, в Греції кожний вільний громадянин (з поправками) претендував на право творити закони і обирати владу.

Всі публічні міські події відбувалися в спеціально організованому публічному просторі – агорі, яка спочатку слугувала для торгівлі, пізніше – для вирішення адміністративних питань, дебатів, зустрічей та, взагалі, для залучення до суспільного життя. Це ілюструє взаємозв'язок детермінованих в даному дослідженні другої і третьої складових громадського публічного простору, а саме: «Люди» + «Мета».

По-друге, саме в Греції відбувся синтез римських, єгипетських, іранських, шумерських, іудейських, навіть індійських езотеричних вірувань і обрядів. За їх допомогою посилювалася міфологічна складова життя, а свідомість, в основному, керувалася саме нею.

Характерним є відсутність одночасного цілісного сприйняття простору. Підтвердженням цьому є організація архітектурного ансамблю Акрополя. Як зазначалося багатьма дослідниками, кожна споруда Акрополя незалежна сама по собі, немає об'єднуючої ортогональності, немає ні осей, що підпорядковують собі ціле, ні напрямків, що пояснюють розташування споруд. Отже, думка науковця Г. Роденвальда про те, що «греки володіли незрівнянною здатністю ізольованого сприйняття... Їх не цікавило, що знаходиться перед твором мистецтва, за ним або поряд – сприймалася форма і силует у відокремленості» [101] має аргументоване підтвердження. Розміщення споруд Акрополя



Рис. 1.2 Основні історичні етапи формування і розвитку громадських публічних просторів міст. Їх семантичні архітектурні стереотипи і сталі об'єкти-меми

залежало напряму від топографії місця, і кожен об'єкт на шляху від входу до храму був елементом, що з'являвся на розгляд поступово, немовби змушуючи споглядача зупинитися перед ним. Це вибудовувало шлях-лінію з конкретними точками фіксації уваги, і тільки розглядаючи один за одним ці елементи впродовж всього шляху ставала зрозумілою суть цілого – «Місця» (першої складової громадського публічного простору).

Найбільш відомий демократичний публічний простір Стародавньої Греції являв собою площу в центрі полісу – агору. На площі розташовувався головний ринок, де для кожного товару було своє місце. Крім того там знаходилися важливі соціально-адміністративні будівлі, такі як булеветерій (для засідання міської ради), дікастерій (для суду присяжних), храми богам та монетний двір. На агорі закони поліса були виставлені на загальний розсуд і викарбувані на кам'яних або дерев'яних дощечках. Площу прикрашали портики або стої – криті галереї з колонами, де проводилися виставки найвідоміших грецьких митців. Тут завжди збиралося дуже багато народу. Це підтверджує активність детермінованої четвертої складової громадського публічного простору – «Дії».

Виділені вище об'єкти можна визначити як семантичні архітектурні стереотипи публічного простору даного періоду – агори. А місця для торгівлі, будівлю для засідання міської ради, храм – як сталі, що і наразі визначають ринкові площі міст.

До об'єктів, що можна вважати архітектурними мемами, слід віднести криті аркади і колонади. Вони традиційно позначали кордони між закритою та відкритою частиною різних просторів і в багатьох країнах та слугували для комфортного перебування значної кількості людей у відкритих міських просторах і захисту їх від несприятливих погодних умов. Вони і наразі є актуальними для сучасних громадських публічних просторів міст та зберегли свій посыл, а отже є сталими об'єктами-мемами (рис.1.2).

Підсумовуючи, слід зазначити, що цілісність сприйняття простору і архітектури в добу Античності обмежувалася ближньою зоною. В фокусі знаходилися об'єктне та матеріально-тілесне, здебільшого у вигляді розрізнених елементів з пустотами між ними, в радіусі п'ятидесяти метрів [75]. Архітектурі виділялася роль матеріального висловлення демократичної думки, що вперше виникла в Елладі, з одного боку, та організації просторів, що сприяють розвитку людини-особистості, з іншого. Обособленість будівель і споруд в публічному просторі; доступність в той чи інший простір, як індикатор відірваності або

приналежності людини до суспільства; поширений тип публічних просторів з двором прямокутної форми, що оточений колонадами, аркадами, портиками з багатофункціональними приміщеннями (наприклад, палестра); тиснява, гучність, натовп – стають визначальними характеристиками семантичних архітектурних стереотипів публічного простору цього періоду.

Епоха Середньовіччя (кінець V – XIII ст.) (рис.1.2)

Із заміною язичництва на християнство відбулася зміна просторових уявлень в порівнянні з минулою епохою. Пантеон божеств (багато відокремлених споруд Акрополя по аналогії) замінює один Бог (головна споруда в центрі міста, якою є собор). Конфлікт зі спадком античності підтримувався і Біблією, що наполягала на особливому варіанті картини світу. Згідно з нею, Земля була пласкою, з обмеженими розмірами (мала край, кордон, межу), з куполом небес та зірками з внутрішньої поверхні небес. Звідси і основна площинна специфіка сприйняття простору з обов'язковим виділенням головної домінанти.

Крім площинності, для даної доби також характерна і лінійність сприйняття, підтвердження чому знаходиться в архітектурі. Положення об'єкту в просторі не визначалося реальним його фізичним розташуванням, а рахувалося відносно спільної для всіх точки. Сторони світу були наділені символічним підтекстом, що був зазначений в Старому Заповіті. Північний напрямок символізував послідовників Бога. Південний – ворогів Бога [75].

Людина середньовічного міста, як зазначав М. Бархін, жила, як би «двома життями – церковним і карнавальним-майданним, які були розділені по своїй суті і в часі» [7]. Цим визначалося формування відповідно двох головних міських площ, храмової і ринкової – громадських публічних просторів середньовічного міста (їх першої складової – «Місця»), та «Мета», з якою до них приходили «Люди».

Храм, як головний об'єкт-символ першого громадського публічного простору цього періоду – храмової площі, в окремому місті був прообразом світу. Романський собор, як найближча до віри споруда, архітектурними засобами показував всі можливі життєві настанови, що створювалися релігією в той час. Його внутрішній простір був вузький, вертикально організований, де рух був можливим тільки вперед – до вітваря, а далі вгору – до Бога. Храм, як правило, розташовувався в центрі площі, на відміну від античних

композицій, чи для оптичного збільшення його висоти – під кутом до пов'язаної з площею вулиці [63]. Простір площі при цьому також був дуже вузький і не міг сприйматися людиною цілісно, проте повністю відповідав вимогам релігійних церемоній, що тут проводилися.

Ринкова площа з домінантою ратушею – другий громадський публічний простір середньовічного міста. Його композиційна організація, на відміну від храмової площі, сприяла цілісному сприйняттю людиною. Ринкові площі раннього середньовіччя мали, як правило, вільну середину, де проводилася торгівля з возів і нашвидкоруч збитих дерев'яних прилавків. Але в міру зростання багатства міст в середині площі з'явилися міські ваги, колодязі або басейни, а пізніше – спеціально побудовані криті торгові приміщення, попередники майбутніх торговельних пасажів. Іноді в місті було декілька площ, з яких кожна мала своє спеціальне призначення: хлібна торгівля, торгівля сіном тощо. Майже завжди на площах споруджувалися статуї, басейни (фонтани) і колодязі. Останні мали помітну і мальовничу архітектурну форму, як правило, розташовувалися в загальнодоступних місцях, але в той же час і в стороні від потоків руху, частіше біля кордонів, а не в середині площі. Це є типова ілюстрація детермінованої першої складової громадських публічних просторів – «Місця», для ринкових площ середньовіччя.

До семантичних архітектурних стереотипів даного громадського публічного простору середньовічного міста слід віднести ратушу, торгові галереї, колодязь, басейн (фонтан), статуї (скульптурні елементи), міські терези а також «будиночки» вуличного театру. При чому майже всі об'єкти (крім останніх двох) можна виділити, як сталі. А «будиночки» вуличного театру наразі можна порівняти із тимчасовими спорудами, що утворюються на сучасних ринкових площах під час загальноміських свят. Отже їх можна віднести до модифікованих архітектурних стереотипів для сучасного громадського публічного простору міста – ринкової площі. При цьому фонтани, статуї та галереї є сталими об'єктами-мемами. І до сьогоднішніх днів вони, з дещо зміненим дизайном, присутні на різних площах міст, не тільки ринкових, і, що не менш важливо, виконують свою первісну функцію, яка є очевидною та зрозумілою для всіх (рис.1.2).

Як визначальну характеристику громадського публічного простору в Середні віки також слід виділити те, що він перетворився на витягнуту довгу площину (яка означає

певний шлях для всіх, дорогу до Бога, до вищої духовності), що не втрачає великої кількості вигаданих і нав'язаних символів, вірувань та заборон для людини.

Епоха Відродження і Бароко (друга половина XIII – XVII ст.) (рис.1.2)

Для людини даного періоду характерним стає раціональне мислення. Ключове місце займає знання, акцент на особистісному розвитку. Якщо в добу Середньовіччя кругозір городян зводився до пізнання Бога, то в добу Відродження він поширюється на пізнання природи та перетворення самої людини в гармонійно розвинутого індивідуума. Активно вивчаються питання гармонії, завершеності композиції і пропорційності людині. Одною з головних вимог до характеристик простору стає його краса.

В цей період відбувся ріст політичного значення міст. Як наслідок цього, соціальний клас бюргерство отримав неофіційну міську владу та вплив на будівництво і культуру. Заможні буржуа нейтралізували домінуюче значення церкви і звеличили торгівлю, ремесло та творчість. Міські площі отримали тісний зв'язок з розвинутою мережею міських магістралей. З міст зник бруд, планувальний безлад і, по можливості, тіснява. В зв'язку з тим, що пробити нові вулиці та розширити площі було дуже складно, формуються трактати про «ідеальні міста» з чіткими вимогами до громадських публічних просторів.

Отже, в добу Відродження основні зрушення в громадському публічному просторі міста були пов'язані з підсиленням значення «Людини». Якщо в Середньовіччі головна площа міста мала культове призначення, то в період Відродження набула «світських» громадських функцій – місця для народних зборів, обговорення політичних і суспільних справ, торгівлі. Так в цей період проявився зв'язок детермінованих другої і третьої складових громадського публічного простору – «Люди» + «Мета». Тому в порівнянні з минулою епохою, його оточуюча забудова підпорядковувалася не центральному об'єму собора, а просторові життєдіяльності людини – площі. Це визначало його першу складову – «Місце». Велику роль в ньому грали аркади (в даному дослідженні визначені як сталій об'єкт-мем, що виник ще за Античності, а також знайшов поширення в середньовічних міських просторах). Проте в добу Ренесансу стрільчасті галереї-аркади перетворилися в повітряні галереї з напівциркульних арок, а як опори їм були коринфські або тосканські колони. В цих аркадах поєднувалася, таким чином, спадщина двох епох – Середньовіччя і Римської Античності.

В цей період також розпочалися експерименти з перетікаючим простором, закритим і відкритим, як основою формування міського ансамблю. Ключові будівлі, площі і вулиці зв'язувалися в єдину композицію, центричні композиції просторів змінилися протяжними. А пізніше, в період Бароко, їх форми з кола і квадрата замінили еліпси, трапеції і ромби.

Підсилювалося значення громадських публічних просторів і появою скульптурних елементів в них, відокремлених від будівель. І хоча ці скульптури розташовувалися не в центрі площ, і все ще були прив'язані до головної будівлі, їх присутність вимагала певної незабудованої території для кращого споглядання. А самостійність і самодостатність скульптура отримала тільки в період Бароко. Доречі, в той же період і частково змінилося призначення самого простору – місце для обговорення політичних і суспільних справ також стало головною прикрасою міста. Такою є ілюстрація зв'язку детермінованих першої, другої і третьої складових громадського публічного простору міста для цього часу, а саме: «Місце» + «Люди» + «Мета», що разом активізували його четверту складову – «Дії».

До семантичних архітектурних стереотипів громадського публічного простору доби Відродження і Бароко можна віднести міські сади, які саме в цей період також розташовувалися і на ринкових площах; галереї з аркадами; міські скам'ї, що стали доступними в публічних просторах для всіх саме в цей час; скульптури, розташовані спочатку напроти головної будівлі, а пізніше в центрі площі і об'єднані з фонтанами. При цьому, об'єктами-мемами стали галереї-аркади, міські скам'ї та скульптури. Щодо останніх, їх тематика була часто релігійною, пов'язаною з античними уявленнями про життя після смерті (крилаті янголи, тварини, що прикрашалися кам'яними квітами та драпуванням). Також найвідомішою спорудою в громадському публічному просторі міста цього періоду знову стала тріумфальна арка, яку будували на честь прославлених особистостей або в пам'ять про перемогу на війні. Саме тріумфальну арку можна вважати сталім об'єктом-мемом, бо після появи в Античному Римі вона реплікувалася впродовж всієї наступної історії в громадських публічних просторах багатьох країн світу, при цьому зберігаючи своє значення (рис.1.2).

Епоха Класицизму і Модерну. Новий час (XVIII – початок XX ст.) (рис.1.3)

Новий час характеризувався збільшенням кількості простих громадян, до думки яких прислуховувалися, і які мали право (або активно виступали за нього) впливати на всі процеси в місті. Специфіка публічності цього часу полягала в тому, що участь у політичному і суспільному житті міста стала доступною не лише обраному колу привілейованих людей (що було нормою для Античності, Середньовіччя і Відродження), а широкому колу бажаючих. В той же час, існувавший громадський публічний простір міст не давав фізичної можливості для всіх бути присутніми під час важливих політичних та громадських дискусій. Ця функція почала реалізуватися за допомогою преси, і активно проявилася до початку XX століття. З'явився новий тип публічного простору – медійний, орієнтований на широке коло людей. Реальні контакти, що були обов'язковими в попередніх епохах, почали перетворюватися у контакти з друкованими виданнями, реалізуючи таким чином ідеали демократичного суспільства.

В місті в цей час виділились різко протилежні багатий центр і бідні околиці. Перший складали в основному установи з управління промисловістю і торгівлею, банки, трести, які і формували міські простори, що славилися тиснявою і шумом в робочі часи та значним зменшенням останніх у вихідні та вечорами. На головних вулицях і площах також концентрувалися кращі магазини, готелі, ресторани і всілякі розважальні установи, що також підтримували атрактивність і активність місця. Так проявлявся зв'язок визначених чотирьох складових громадського публічного простору міста («Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії») в даний період.

До семантичних архітектурних стереотипів громадського публічного простору міста доби Нового часу можна віднести правильну геометричну форму його розпланування, регулярність і симетричність оточуючої забудови, відкритість композиції і тісний зв'язок з природним оточенням, а також ті об'єкти, виникненню яких слід завдячувати науковому прогресу, наприклад, вуличні ліхтарі, міські урни та тротуари. Їх також можна вважати і сталими об'єктами-мемами, бо вони є умовно надконтекстними, знайшли широке поширення і збереглися до нашого часу та наразі є актуальними для різних громадських публічних просторів міст (рис. 1.3). Проте, деякі змінили своє первісне призначення. Наприклад, тротуари, якими спочатку позначали місця для торгівлі і



Рис. 1.3 Основні історичні етапи формування і розвитку громадських публічних просторів міст. Їх семантичні архітектурні стереотипи і сталі об'єкти-меми

називали їх «банкетками». Про такі «банкетки» згадувалося ще в Парижі в 1607 році [112]. І лише століття потому частину вулиці, що примикає до будівлі, почали підіймати саме для безпеки пішоходів [112].

Епоха Модернізму. Новітній час (XX ст.) (рис. 1.3)

Саме в цей період виникла неабияка цікавість до громадського публічного простору міста. Почалося його детальне дослідження з визначенням проблем і спробами їх вирішення.

Для багатьох країн світу цей період був пов'язаний з поширенням тоталітарних режимів влади. І призначення багатьох громадських публічних просторів міст зводилося до прославлення цього режиму, пропаганди вождя та досягнень певної країни. Це вплинуло на характеристики детермінованих їх чотирьох складових: «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії». В результаті центри міст в XX столітті набули репрезентативного характеру з великомасштабними громадськими просторами і архітектурними об'єктами та малими архітектурними формами, що демонстрували глобальність, індустріальний модерн, урбанізацію і підпорядкування, та мало враховували інтереси пересічної людини. Загальноміські пішохідні простори втратили камерність внаслідок збільшення масштабу. Превалювали простори для машин, а не для людей. І разом з цим, в цей період підсилилося значення внутрішньоквартального двору, як місця для спілкування і проведення вільного часу мешканців оточуючих будівель.

До семантичних архітектурних стереотипів громадського публічного простору міста цього часу можна віднести полярні за своїм змістом об'єкти. З одного боку ті, що вносять контроль в простір (або звеличують владу), наприклад, трибуни та обеліски, а з іншого ті, що цьому контролю протиставляються, наприклад, об'єкти публічного вуличного мистецтва. Причому більшість з них вже наразі можна віднести до об'єктів-мемів. Наприклад, дорожню та тротуарну розмітку, зебру, дорожні знаки та подібні символи, що дозволяють або забороняють певні дії. А також поп-ап об'єкти, міські перформанси, мурали, об'єкти паблік-арт, ленд-арт, тайп-арт, стріт-арт, незвичні міські меблі, що виникли як вияв бунту проти контролю (рис. 1.3). Взагалі, в XX столітті публічне вуличне мистецтво перетворилося в маніфест. Архітектура та громадський публічний простір міста дуже жваво

реагували на всі соціальні події, що і обумовило виникнення мабуть найбільшої в історії кількості нових об'єктів-мемів за певний період [154].

Епоха Постмодернізму. Сучасність (XXI ст.) (рис. 1.3)

Процеси, які відбуваються в XXI ст. кардинально змінюють поняття «громадський публічний простір» і значно впливають на детерміновані його складові: «Місце», «Люди», «Мета», «Дії». Це пов'язано зі змінами потреб сучасної людини, продиктованими дуже стрімким розвитком науки і технологій, найдовшим періодом мирного часу практично за всю історію людства, збільшенням тривалості життя, доступністю інформації, можливістю навчатися весь час і самому вирішувати, ким бути. Сенсори, штучний інтелект, хмарні сховища з даними поступово вживляються в публічні простори для підсилення адаптивності середовища і орієнтації на їх сучасного користувача. Фактичні дані про те, що 90% людей в розвинених країнах наразі не живуть за межею бідності, діляться знаннями і благами, замість того, щоб накопичувати їх, а в соціальних мережах у більшості є можливість вплинути на будь-яку подію в світі, загалом ведуть до появи інших пріоритетів і бажань.

Крім вцілому позитивних зрушень є і низка проблем (як локальних, так і глобальних), рішення яких має знайти відображення в громадських публічних просторах сьогодення. Наприклад, поява нових персональних транспортних засобів (гіроскутера, моноколеса, електровелосипеда тощо) і послуги спільних поїздок при тому, що вулиці проектувалися в минулих століттях і розраховувалися тільки для пішоходів і машин.

Крім того, з 2020 року пандемія і соціальне дистанціювання теж наносять свій відбиток на трансформацію громадських публічних просторів міст, їх використання і оцінку людьми. З'явилися нові принципи їх адаптації від НАСТО [95], зосереджені на розширенні тротуарів, організації додаткових велосипедних доріжок, безпечних переходів та доповненні існуючих публічних зон міста фізичними об'єктами, що по своїй суті є прецедентними (в даному дослідженні визначені як ті, що забороняють чи дозволяють конкретну дію), які швидко стали об'єктами-мемами.

Підтвердженням вищевикладеного є громадські публічні простори різних міст світу, змінені під впливом появи в них саме нових прецедентних об'єктів-мемів. Кольорові паттерни, наліпки чи розмітка, намальована поверх мощення, для позначення

безпечної соціальної відстані, які вперше були застосовані в італійських площах у формі параметричних квадратів [69], стали об'єктом-мемом (рис.1.4) і набули поширення не тільки у відкритих, а й закритих публічних просторах різних міст світу.

Більш складна ідея зі збереженням соціальної дистанції була запропонована у Відні, проте так і не перетворилася в об'єкт-мем. Це «Парк Дистанцій» з маршрутом у вигляді відбитка пальця, прогулюючись по якому немає загрози порушити приватний простір іншої людини [84]. Проект не тиражувався, і не знайшов поширення в інших містах, бо мав більш легкі альтернативи для реалізації змісту «мема».

Як ще один подібний приклад, можна навести одну з інсталяцій TULIP (у вигляді довгого та деформованого стола), що додає соціального компоненту до існуючого парку в місті Монреаль, дозволяючи громадянам переосмислити міський простір, дотримуючись санітарних норм (рис.1.4) [160]. На жаль, ця інсталяція також не перетворилася в об'єкт-мем, в силу занадто специфічного та дизайнерського рішення.

Отже, з цих прикладів можна зробити висновок, що для того, щоб певний об'єкт став об'єктом-мемом, він має бути когнітивно легким і легким для реалізації.

Намагаючись допомогти індустрії послуг залишатися на плаву під час карантину, пов'язаного з COVID-19, багато міст винайшли шляхи переміщення діяльності ресторанів на вулицю, дозволяючи їм користуватися громадським публічним простором. Харчування на відкритому повітрі («стрітфуд»), популярне в Європі XXI століття, було впроваджено у багатьох містах світу, а муніципалітети цих міст розробили правила для регулювання даного явища і можливої трансформації міських територій на просторі кафе під відкритим небом, які можна віднести до об'єктів-мемів.

До позитивних змін при адаптації відкритих громадських просторів під нові умови також слід віднести і активне впровадження велоруку, що сприяє зменшенню скупченості великої кількості людей в одному місці. Міста у всьому світі, які роками докладали зусиль, щоб змінити свої транспортні системи та розірвати гегемонію автомобіля, зіткнулися з необхідністю швидко діяти за цим планом. Пандемічні втручання надали вагомі докази потенційного успіху велодоріжок, пішохідних вулиць та доріг з повільним рухом. Спосіб життя, що вже роками вкоренився в Копенгагені, неочікувано став мемом і набув тиражування в різних куточках світу.

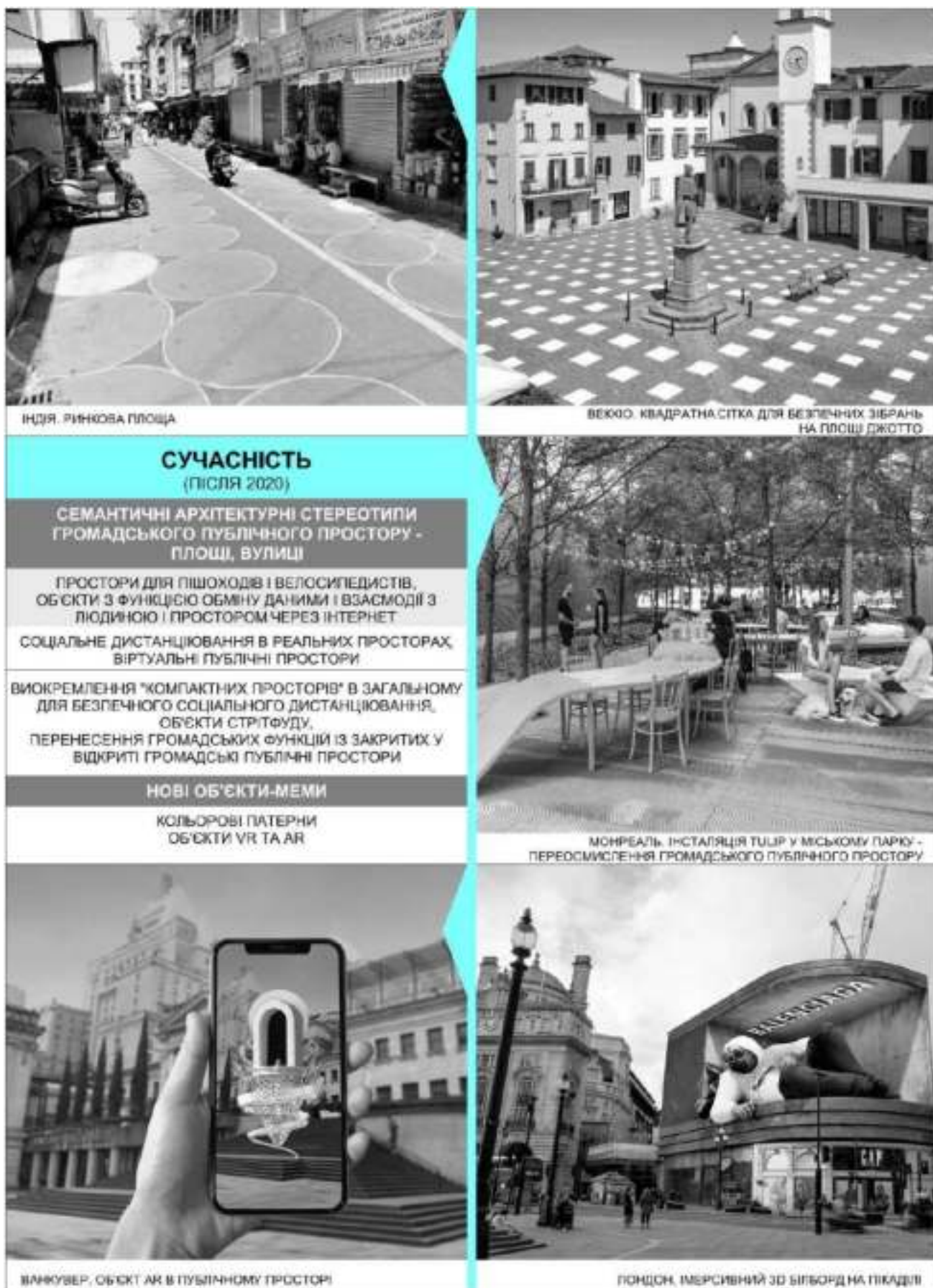


Рис. 1.4 Трансформація громадських публічних просторів міст в зв'язку з пандемією і соціальним дистанціюванням

Наприклад, Мілан оголосив про свій новий транспортний план «Strade Aperte», спрямований на зменшення використання автомобілів після локдауну [188]. Нове бачення мобільності прагнуло перепрофілювати 35 км доріг, надавши перевагу їзді на велосипеді та пішій прогулянці. Подібним чином відреагував і Париж, створивши більше місця для велосипедистів та пішоходів, одночасно обмеживши кількість автомобілів в центральній частині. Місто перетворило 50 кілометрів дорожніх смуг на велосипедні доріжки, що спочатку було оголошено тимчасовим явищем, але тепер набуває статусу постійного, оскільки їзда на велосипеді виявилася вдалим вибором для парижан. В Будапешті, Берліні [74], Варшаві і, доречі, в Києві на багатьох головних вулицях міст також була організована велосипедна мережа.

Отже, наведені вище приклади ілюструють появу нових семантичних архітектурних стереотипів в громадських публічних просторах сьогодення, причому вони є подібними для різних міст світу. З'явившись в одному, певні об'єкти, що здобувають схвалення користувачів, дуже швидко тиражуються в інші міста та приживаються в них, зберігаючи свій сенс і, водночас, вносячи певні корекції в їх громадські публічні простори. Саме ці об'єкти можна віднести до об'єктів-мемів, бо вони є актуальні, здатні «поширюватися» і «приживатися», нести свій зміст і значення в будь-який міський простір без прив'язки до контексту, тобто є умовно надконтекстними. Крім того, для громадських публічних просторів сьогодення також є актуальним доповнення фізичних об'єктів-мемів віртуальними, об'єктами VR та AR, що сприяють їх додатковій атракції.

Підсумовуючи вищевикладене історичне дослідження, слід зазначити, що поняття «громадський публічний простір» є дуже суб'єктивним і багато в чому ґрунтується на уявленні людини про світобудову [158]. Детерміновані його складові: «Місце», «Люди», «Мета», «Дії», зазнали значних змін і доповнень на різних історичних етапах і з плином часу. Проте існують сталі об'єкти-меми, що переходили з одного історичного періоду в наступний і допомогли сформувати ті простори, які наразі ми й сприймаємо. Вони є базовими, вигаданими або встановленими ненавмисне за рахунок певних історичних подій, націленими на те, щоб уникнути хаосу і врегулювати контроль. На сучасному етапі, посилення урбанізації та інформаційних технологій, поява оцифрування, призводять до соціальних змін з усе більшою швидкістю – оновлення культури домінують над

успадкованим кодом і вимагають від міських громадських публічних просторів здатності «перезавантажуватися» під впливом нових об'єктів-мемів. Виявлення сталих об'єктів-мемів та тих, що виникають наразі, в поєднанні з розвитком технологій дає поштовх в розумінні майбутнього громадських публічних просторів міст, як еволюційних «організмів», здатних реагувати в реальному часі на потреби людей в них.

1. 3. Аналіз теоретичного досвіду дослідження громадського публічного простору

З часів активного використання в XX столітті і до нашого часу не існує єдиного чіткого трактування терміну «громадський публічний простір міста». Проте люди абсолютно різних професій займалися питанням його дослідження, пропускаючи через свою точку зору. І тим не менш можна виділити низку основних ідейних «векторів», які об'єднують праці різних теоретиків, незалежно від їх професійної приналежності.

Запропоновано узагальнити і систематизувати ці дослідження за наступними чотирма ідейними напрямками: 1) «ностальгізація»; 2) «діяльність на об'єднання і рівність»; 3) «діяльність на збереження»; 4) «діяльність на ескапізм» (рис. 1.5).

1. «Ностальгізація»

Основні ідеї. Ополітизоване визначення публічності або намір повернути уклад громадського публічного простору, що був поширений у добу античності, нового часу, ранньої індустріалізації. Поширення думки про деградацію публічних просторів міст, про їх суто комерційний успіх та поглинання світовим капіталом архітектурного різноманіття та планувальних рішень.

Представники: Х. Арндт (німецько-американський політичний філософ) [5]; Ю. Хабермас (німецький філософ і соціолог) [149]; В. Глазичев (російський урбаніст, теоретик архітектури і містобудування) [27]; Р. Ольденбург (американський соціолог і урбаніст) [177]; Р. Сеннет (американський соціолог) [104].



Рис. 1.5 Теоретичний досвід дослідження громадського публічного простору

В публікації 1961 року «Структурна трансформація публічної сфери. Дослідження щодо категорії буржуазного суспільства» [149] Ю. Хабермас зазначає, що поняття «публічна сфера» виникло з зародженням капіталістичних відносин і індустріальної революції, коли буржуа зустрічалися в англійських кав'ярнях і клубах, у французьких салонах і німецьких читацьких товариствах XVIII-XIX століть і вели дебати про суспільні питання і проблеми. Вчений вважав таку «публічну політику» життєво важливою, джерелом громадської думки, пропозицій для державної влади, щоб залагодити будь-який конфлікт раціонально, аргументовано, «малою кров'ю». Крім цього, саме в публічній сфері, за його доводами, відбувалася «легітимація» влади і режиму правління [149].

Не дивлячись на першість і величезний поштовх для подальших дослідників публічної області, ідеї Ю. Хабермаса носили утопічний характер. Буржуазні відносини в тому світі, в якому їх бачив автор, вже не піддавалися до відновлення. Тим більше, заявлена ним «структурна трансформація», інклюзивність і толерантність поширювалися тільки на власників капіталу, підприємців, впевнений середній клас, чоловіче населення міст, і зовсім не мали масового відтінку. А це вже йде в розріз з «демократичністю» суспільства. Також дуже спірна точка зору філософа щодо відношення до ЗМІ, згубного характеру реклами та її впливу на велику аудиторію, що тільки шкодить «політичним дебатам» в публічних місцях.

Схожі ідеї паралельно розвиває і німецький політичний філософ Х. Арендт у своїй публікації 1958 року «Vita Activa, або про діяльність життя», як спробі відокремити особисте від публічного, залучаючи до цієї справи політику, економіку, владу, буття, майбутнє і минуле [5]. Публічний простір нею трактується, як «друге життя» людини, яка виходить зі сфери приватного. Як приклад Х. Арендт приводить давньогрецьку громаду-поліс, де кожен вільнонароджений грек, що володів власністю, мав право вільно висловлюватися щодо хвилюючого його питання, брати участь у народних зборах і обирати владу. Поступово сфера публічного розширювалася, і все більше функцій з 4-ох стін житла виходили назовні і виступали «на відкритій публічній сцені». Політично забарвлений публічний простір перетворювався в більш соціальний. Саме в діяльності на публіку (сумі мови і дії) Х. Арендт бачить прояв індивідуальності кожного і прогрес суспільства в цілому [5].

Вивчення публічного простору іншими представниками «ностальгічного» напрямку вже не несли такого яскравого ополітизованого характеру як у Ю. Хабермаса і Х. Арентт. В цих концепціях озвучувалась важливість особистості, що потрапляє в простір, і функціональна наповненість останнього.

Наприклад, в роботі американського соціолога і урбаніста Р. Ольденбурга «Третє місце» [177] описується характерне тільки для західного суспільства явище – субурбанізація – відтік населення з міських центрів в окраїнні райони міста, виникнення нових міських центрів, міст-супутників, формування міських агломерацій. Субурбанізація західного типу виражається в тому, що значна кількість городян постійно проживають за центрами великих міст, фактично – за містом, в приміській зоні, в односімейних житлових будинках, наприклад, котеджах або блокованих будинках, розташованих на власних земельних ділянках. Характерними прикладами субурбанізації західного типу є райони масової житлової забудови найбільших міських агломерацій США, таких як агломерації Нью-Йорка, Сан-Франциско або Лос-Анджелеса. Це, в більшості випадків, досить великі райони однотипної житлової забудови, практично «килим» з індивідуальних житлових будинків, як правило, з невеликими земельними ділянками. Такі райони характеризує монофункціональність, якщо точніше – переважно житлова функція, і однорідність соціальної структури. Просторове середовище досить одноманітне і монотонне. Такий тип урбанізованого середовища отримав спочатку назву «субурбія» і піддався критиці з боку Р. Ольденбурга. Автор акцентує на негативному впливі життя в передмісті. Наприклад, на такі речі, як втрата спільності, довірливих відносин між людьми, що розростається прірвою між поколіннями, зникнення місцевих «ватажків» і в результаті подібних причин – занепад соціального життя і, навіть, рівня щастя в «субурбії». Причину Р. Ольденбург бачить у відсутності громадських просторів. І паралельно проводить детальний аналіз і зіставлення «здорових» просторів по всьому світу: від французьких кафе, американських таверн, до невеликих вулиць європейських міст [177].

На межі XX-го і XXI-го тисячоліть питання публічних просторів також піднімалося в дослідженнях американського філософа і соціолога Р. Сеннета, і зокрема в книзі «Падіння публічної людини» [104]. На відміну від Х. Арентт, він бачив корінь публічності в самій «діючій особі» міського простору – в людині. Публічна людина за Р. Сеннетом –

це актор, який лицедіє перед сторонніми [104]. Його поведінка в публічному просторі кардинально відрізняється від поведінки вдома, тому що в парку, на вулиці чи на площі більше пар очей, які спрямують на нього свій погляд і віддадуть частину уваги. Провівши аналіз соціально-історичних явищ, дослідник прийшов до висновку, що межа між особистим і суспільним з середини ХХ століття в європейських столицях стирається, і вони поступово змішуються один з одним. Віра в те, що весь світ спостерігає за тобою, зникає, і городянин може прийти в публічне місце, щоб усамітнитися і помовчати. У відсутності залучення в суспільне життя та ігноруванні суспільних інтересів автор і бачить основну проблему дергадації публічних просторів.

2. «Діяльність на об'єднання і рівність» (рис. 1.5)

Основні ідеї. Залучення мешканців, місцевих громад та міських активістів до процесу проектування та прийняття рішення про сучасне і майбутнє громадських публічних просторів (співучасне проектування, партисипаторність); демократичність, толерантність та рівність для усіх груп населення. Витоки процесу співучасті можна знайти ще в роботах французьких і англійських філософів XVIII – XIX століть. Концепція «participatory» або участі демократії, відродила традиційну демократичну філософію. Повернення ідеалу демократії, пробуджує в багатьох людей небайдужість до суспільних проблем, які лежать за межами їх повсякденного життя.

Представники: Д. Джекобс (американська журналістка, письменниця і активістка) [47]; У. Уайт (американський соціолог) [197]; Я. Гейл (датський архітектор, урбаніст) [25]; А. Лефевр (французький соціолог і філософ) [61]; Д. Уррі (британський соціолог) [114]; М. Трудолобов (російський журналіст) [192]; С. Лоу (американський психолог і антрополог) [68]; «International Association for Public Participation» (міжнародна асоціація громадської участі) [143]; «Civic Practices Network» (мережа громадських практик) [138].

У 1960-их журналіст і міський активіст Д. Джекобс, захищаючи рідний район від знищення, видала книгу-маніфест «Смерть і життя великих американських міст» [47]. У ній визначальним важелем для «публічного простору» виявляється різноманіття з функцій, для залучення до нього якомога більше різних людей. Простори міста, зокрема сприятливі райони міста, на думку Д. Джекобс, наповнені незнайомцями, присутність яких і гарантує безпеку на вулицях, так звану «довіру, яка не потребує особистих зобов'язань»

[47]. Ідентичність територій, чіткий поділ між приватним і публічним, можливість займатися багатьма речами відразу в просторі, а для старших – спостерігати за підростаючим поколінням, лягли в основу руху «нового урбанізму». За часів «агресивної» забудови міст та ігнорування людського масштабу, ідеї про публічний простір на рівні очей звичайного перехожого виявилися революційними.

Також американський соціолог У. Уайт, що вважався ментором Д. Джекобс, і за сприяння якого багато її задумок придбали документоване обґрунтування, у 60-их роках ХХ століття проводив дослідження неформальних організацій людських колективів методом включеного спостереження і відеозйомки. В результаті десятирічного проекту вийшов документальний фільм і книга «Суспільне життя малих міських просторів» [197]. Дослідник акцентує увагу на тому, що кожен шар суспільства, навіть кожне ком'юніті і його «внутрішня кухня» (лідерство-підпорядкування, злочинна діяльність, інтереси) впливає на популярність того чи іншого простору між будівлями [197].

До подібних висновків прийшов і французький соціолог і філософ А. Лефевр – автор концепції «право на місто» (відповідно до якої, житель міста приймає участь у всіх процесах і рішеннях по творенню міського простору). Його постулат про те, що ми визначаємо простір в такій же мірі, як він визначає нас, ліг в основу фундаментальної праці 1974 року «Виробництво простору» [61].

А. Лефевр виокремлює три плани: репрезентаційний, простір для життя і простір практики виробництва. Перший план визначається виробництвом, виробничими відношеннями і тим порядком, який вони формують. Орієнтований він на професіоналів, чия робота пов'язана з простором: архітекторів, географів, інженерів і політиків. Другий план, який автор ще називає «рідний двір», поєднує реальність і фантазію людини, що там проживає. Третій план зав'язаний з виробничою практикою – будь це «open space» в офісі, публічний простір в місті чи самобуд [61].

Ще один представник напрямку «на об'єднання і рівність» – антрополог і психолог С. Лоу, яка займалася дослідженням впливу історії, політики, економіки і культури на реальну ситуацію двох площ-плас в столиці Коста-Ріка, Сан-Хосе. У 2016 році в світ вийшла її книга «Пласа» [68], що вмістила в себе 25 років вивчення конкретних кейсів публічних просторів. Автор визначає площу-пласа в Латинській Америці, не як місце для

розваги, а як плацдарм для політичної демократії, соціальних взаємодій і толерантності та втілення усього розмаїття культури [68].

За даними автора, як на самій пласі, так і поряд з нею традиційно були розміщені найважливіші для соціального життя спільноти об'єкти (ідентифікатори місця) – парки і будівлі: церкви, що детермінують значення релігії, і урядові установи, які уособлюють політичну владу. Торгівля, до речі, традиційно була винесена за її межі; втім, з роками навколо неї з'явилися банки і офіси, театри і ресторани. Різні соціальні верстви і групи населення використовують цю «арену» в строго заведеному порядку, з поділом у часі і просторі, хоча вони можуть перетинатися і взаємодіяти один з одним в об'єднуючих точках. Причому ці соціальні взаємодії і толерантність характерні саме для плас, але не для інших частин міста. У той час як життєздатність громадських просторів в Північній Америці визначає їх комерційний успіх (приватизація і колаборація муніципалітетів з місцевим бізнесом), пласи функціонують за принципом соціальних взаємодій, збереження традицій, і поки що протистоять процесу товаризації або, принаймні, істотно його уповільнюють [68].

3. «Діяльність на збереження» (рис. 1.5)

Основні ідеї. В фокусі знаходяться глобальні проблеми людства та можливості їх часткового вирішення за рахунок змін в проектуванні громадських публічних просторів міст (їх людиноорієнтованості). Діяльність виникла в 1970-і роки під час екологізації наукових знань і бурхливого соціально-економічного розвитку. Характеризується появою поняття сталого розвитку, питання обмеженості природних ресурсів, забруднення природного середовища, аналізу та уваги до довгострокових наслідків існуючих проблем та перспектив розвитку людства.

Представники: Я. Гейл (датський архітектор) [24]; Г. Санофф (американський архітектор, урбаніст) [185]; П. Дж. Нас (голандський антрополог) [176]; Ф. Кент (американський урбаніст) [164]; К. Мадден (американський урбаніст) [170]; «Індекс якості міського простору» (ініціатива в рамках Програми розвитку міського середовища АІЖК і КБ «Стрілка», як частина національного проекту «Міське середовище») [90]; «Project for Public Spaces» (некомерційна організація, яка займається наданням допомоги людям у створенні та підтримці громадських просторів, які будують сильні громади) [180].

Серед вітчизняних досліджень цього напрямку слід виділити праці таких архітекторів-науковців, як: М. Блінової [12]; І. Булах [141]; Л. Гнатюк [29]; Ю. Криворучка [59]; Н. Лещенко [62]; С. Лінди [64]; І. Устінової [193]; Б. Черкеса [123]; Г. Яблонської [127].

Остання чверть ХХ-го століття знаменувалася заснуванням некомерційних дослідницьких організацій, націлених на відродження культурних традицій і підкреслення унікальності місця та підвищення його якості для людини. Дане явище пов'язане з другим народженням (або відродженням) глобалізації, що почалася в кінці 1970-х років на основі небувалої революції в інформатиці, телекомунікаціях і дигіталізації, та реальній загрози в поглинанні глобалізацією традицій того чи іншого місця.

Наприклад, в 1975 році Ф. Кентом і К. Мадден було засновано агентства «Project for Public Spaces» [180] та «The Placemaking Fund» [170]. Їх діяльність орієнтована на перетворення знелюднених місць в місті, що наразі ніяк не використовуються, в простори-магніти. Їх рекомендації засновані на досвіді роботи з 3000 ком'юніті, в 47 країнах світу і у всіх 50 американських штатах. Їх підхід в чомусь продовжує розпочате У. Уайтом [197] соціологічне дослідження і включає такі пункти, як: діалог з місцевими мешканцями; картографію поведінки людей (або запис на timelapse-камеру); розкриття потенціалу місця; його функціональне наповнення; продумування сценарію для різного часу дня; забезпечення комфорту середовища і формування зелених зон.

Над вивченням, збереженням і подальшою трансформацією міст вже 50 років працює данський архітектор Я. Гейл [24]. Разом зі своєю дружиною він досліджував якість міст через поведінку людей і вивів кілька фундаментальних основ щодо підвищення якості міського середовища і публічних громадських просторів. Місто, на його думку, можна вважати сприятливим для життя, якщо витримані такі складові: воно «здорове, безпечне, живе і екологічно стійке» [23]. Я. Гейл радить перервати «роман з автомобілями», більше ходити пішки або їздити на велосипеді, розвивати «зелену мобільність» і громадський транспорт, будувати не будівлі, а формувати процеси між ними, враховувати людський масштаб і розвивати інфраструктуру перших поверхів. Все вищесказане найкраще втілювати в життя за принципом «збір даних, впровадження змін, потім знову збір даних» [22], як це відбувалося на прикладі гуманізації просторів Копенгагена.

Ініціатива щодо підвищення якості простору з'явилася і в країнах СНГ та отримала відповідну назву «Індекс якості міського простору» [90]. Мета даної організації не тільки в тому, щоб оцінити місто, але і в тому, щоб зрозуміти, які простори найбільш гостро потребують змін. Оцінюється 6 типів просторів (житло та прилеглі території; озеленені й водні простори; вулична інфраструктура; соціально-досугова інфраструктура і прилеглі простори; громадсько-ділова інфраструктура і прилеглі простори; загальноміський простір) по 5 критеріям (комфорт, безпека, екологічність, ідентичність і багатофункціональність, сучасність). Система оцінки складається з 30 індикаторів, кожен з яких відповідає за певний тип міського простору і відображає ступінь якості середовища по одному з критеріїв. Залежно від доступності даних і появи нових способів аналізу міських територій індикатори можуть бути змінені, а їх кількість збільшено. Як зазначається на офіційному сайті, «Індекс якості міського простору» – це можливість дізнатися чи вступило місто в боротьбу за місцевого мешканця [90].

Український архітектор-дослідник М. Блінова пропонує «концепцію соціокультурної ідентичності», що поєднує «стійку автентичність» і «адаптивну мінливість», як основу «для побудови стратегій сталого розвитку архітектурного середовища сучасного міста» [12].

Н. Лещенко виділяє 10 критеріїв мультикомфортного міського середовища для людини, а саме: «екокомфорт, енергокомфорт, візуальний комфорт, комфорт перебування, комфорт пересування, санітарний комфорт, когнітивний комфорт, адаптаційний комфорт, утилітарний комфорт та емоційний комфорт як сумарну результуючу» [62]. Вона також пропонує кумулятивний розвиток історичних міст, як «сумарний якісний розвиток на основі накопичених їх різних позитивних властивостей, поєднання традицій і новацій, що забезпечує їх оживлення і континуальність» [62].

Б. Черкес формує матрицю ідентичності громадських просторів міст зі зв'язком встановлених ним їх 7-ми домінуючих ідентичностей, їх функцій і часу. Він вводить поняття «яма ідентичності», яка обумовлена втратою простором свого характерного об'єкта і відповідно його функцій, що також спричинює зниження його якості [122].

4. «Діяльність на ескапізм» (прагнення втекти від реальності) (рис. 1.5)

Основні ідеї. Сучасні дослідження (пізніше 2010-го року), що характеризуються цифровим розумінням простору, актуальними тенденціями до пришвидшення темпу життя, глобальними проблемами, що здійснюють вплив на розвиток та функціонування публічного простору. Особлива увага приділяється можливості віртуального простору (штучно створеного соціальними мережами, медіа, рекламою та ЗМІ) доповнити і згодом витіснити реальний громадський публічний простір. Розуміння міста та громадського публічного простору майбутнього перекликаються з розумінням даного питання утопістами ХХ століття. Соціологічний аспект і аспект психологічного впливу простору все більше ставиться в пріоритет.

Представники: Б. Гройс (радянський і німецький мистецтвознавець, філософ, письменник і публіцист) [148]; Є. Орлов (архітектор, що працює на межі дизайну, фікції і футурології) [78]; В. Аккончі (італійський архітектор, живописець) [195]; М. де Серто (французький історик, культуролог, філософ) [42]; Р. Смітсон (американський художник, знаний в області ленд-арту та паблік-арту) [187]; Е. Кліненберг (американський соціолог, культуролог) [163]; І. Утехін (російський соціолог, історик культури) [116]; З. Бауман (польський і англійський соціолог і філософ) [9].

Взагалі, даний ідейний «вектор» досліджень громадського публічного простору характерний для двох різних груп, зацікавлених в ньому. Перша – дослідники, що порівнюють життя до технологізації і появи нових видів комунікації та після, роблячи відповідні прогнози. Друга – нове покоління архітекторів та молоді архітектурні фірми з футуристичним баченням майбутнього.

Представник першого напрямку, мистецтвознавець і філософ Б. Гройс до сучасного публічного простору відноситься зі скепсисом. Він вважає, що простір міських вулиць та площ наразі не дає можливості реалізувати основне призначення публічного – діяльності під прицілами поглядів натовпу та отримання досвіду публічності [148]. За його теорією, кожен окремих городянин, переміщаючись по сучасним публічним просторам, поглинений швидше своїми особистими, приватними інтересами і завданнями. Натовпи на вулицях і міський трафік переживаються цим індивідом виключно негативно, як щось, що заважає його швидкому і безперешкодному переміщенню по місту [148]. Пустота

публічного простору викликає ефект «одинокого натовпу». Виключення з цього є тільки фестивалі, маніфестації, демонстрації, карнавали або «дрейф», які на певний час збирають натовп і «констатують» суспільство [148]. Наразі публічність простору формується, в більшості, медіа та туризмом. Виникає віртуальний прозорий публічний простір, який конкурує з реальним.

Е. Орлов вважає місто та публічні простори єдиним живим організмом, що постійно зазнає змін. Його ідеї вірогідного розвитку міста представлені в роботі «Кіберотопія. Майбутні архітектурні простори. Смерть аналогових міст» [78]. Він бачить місто майбутнього в двох вимірах – в цифровому та фізичному. Нова топографія буде формуватися суміщенням реальності і «кіберказки». «Кіберказка» – це нові, ще не винайдені закони фізики та механіки, кіберпростір в гаджетах, глюки та баги, а також компоненти природнього середовища. Всі ці явища напаровуються на фізичну частину міста і утворюють нові публічні простори [78].

Отже, здійснений вище аналіз теоретичних досліджень громадських публічних просторів міст показав актуальність цього питання для різних фахівців в різних країнах світу. Підтвердив необхідність зосередження на комплексному вивченні громадських публічних просторів міст через їх складові: «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії», що дозволить їх цілісно розкрити і показати їх сприйняття людиною через семантичні архітектурні стереотипи і об'єкти-меми, як їх умовно надконтекстні складові.

1.4 Аналіз досвіду створення громадського публічного простору, що впливає на відчуття людини. Феноменологічний підхід

Архітектура і громадський публічний простір міста, без сумніву, значно впливають на людину. Але тільки в XX-XXI століттях цей вплив вдалося дослідити і обґрунтувати дану теорію науково. Від підсвідомого рівня, про який заговорили вчені-феноменологи, до впливу кольорів, форм, обрисів та інших елементів, що зачіпають відчуття людини (нейроархітектури).

Феноменологія вивчає явища, пов'язані з переживанням людиною реальної дійсності і з тим, як ці переживання відображаються в її свідомості. Феноменологічний підхід виник в архітектурі, вбираючи в себе думки і концепції з культури і філософії. Філософські ідеї Е. Гуссерля [37], М. Хайдеггера [150], М. Мерло-Понті [173], П. Рікера [183], Х-Г. Гадамера [21] значно вплинули на світоуявлення ХХ століття. Однак лише наступне покоління теоретиків і практиків стало пов'язувати теорії філософів з діяльністю архітекторів.

Першими творами, спрямованими на інтерпретацію феноменології в архітектурі були: «Феноменологія сприйняття» (1945) М. Мерло-Понті [173] та «Поетика простору» (1958) Г. Башляра [10]. У 1970-х роках важливою фігурою в феноменологічному русі став К. Норберг-Шульц. Його книга «Дух місця: до феноменології архітектури» [174] пропонувала пояснення феноменологічного підходу в архітектурі.

Витоки впливу феноменології безпосередньо на процес архітектурного проектування можна знайти вже в пізньому модернізмі в роботах таких майстрів, як Л. Кан [54], А. Аалто [1], Л. Барраган [191], Ф. Л. Райт [117], А. Ван Ейк [132]. Саме вони працювали і працюють зі сприйняттям простору, світлом, матеріалом, контекстом.

Слідом за пізніми модерністами, такі архітектори як С. Холл [153] і П. Цумтор [198], трактуються Ю. Палласмаа як сучасні практики феноменології архітектури [80].

С. Холл, обирає словосполучення «ідея і феномен» для описання своєї творчості. Він стверджує: «Все починається з ідеї. Це як сюжет роману. Реалізація ідеї і її перевірка – в переживанні архітектури: що ти відчуваєш, проходячи крізь простір, як рухається тіло, як взаємодіє з іншими тілами, як працює світло, перспектива, звуки, запахи. Весь цей феноменологічний шар повинен витікати з основної ідеї» [152].

Як приклад, можна навести його проект музейного простору сучасного мистецтва Кіасама в Хельсінки [153], що налічує п'ять поверхів, відкритих для відвідувачів, з'єднаних пандусами, сходами і ліфтами. Крім виставкових залів в

ньому розташовані також театр Кіасма, бібліотека, ресторан, музейний магазин. Загальна площа Кіасма – близько 12 000 кв. метрів, з них 9100 кв. метрів займає музей. Світло – важливий елемент цього простору. С. Холл був під враженням від природного світла Фінляндії, що змінюється від сезону до сезону і в залежності від часу дня. Поверхні та форми Кіасма спроектовані з урахуванням цього освітлення, і їх вигляд змінюється в залежності від нього. Мірою для приміщень музейного простору Кіасма стало тіло людини. Головний розмір – відстань людських очей від підлоги – 165 см. Більшість габаритів простору також засновані на золотому перетині. Стівен Холл говорив: «Мене не дуже цікавить те, як простір виглядає на сторінках журналів. Важливіше, як себе в ньому відчуваєш, які почуття виникають, коли проходиш через нього, як він грає з простором міста, як він працює» [152].

Слід виділити низку архітекторів, що не відносяться повністю до феноменологів, проте в своїх об'єктах використовують поняття феноменології. Це такі, як А. Сіз [186], Г. Мёркатт [167], М. Ботта [172], Ж.Херцог і П.де Мерон [151], Ж.Нувель [76], Т.Андо [134].

Базельське бюро Herzog & de Meuron відрізняється проектами, а також самими засобами проектування, що походять зі світу мистецтва і дуже тісно пов'язані з емоційним станом людини. Наприклад, проект бюро для галереї «Серпентайн» в Лондоні, в якому архітектори підняли тему відчуження від природності [151]. Павільйон був споруджений над фундаментами вже колись існувавших на цьому місті споруд. З висоти виглядає, як зміщений вбік парковий ставок над публічним простором, заглибленим у землю. Автори таким чином звертаються до питання делікатного відношення штучного до природного, новоствореного до об'єкту історії. Павільйон наголошує не на архітектурі з точки зору форми і конструкції, а змушує замислитися про історію місця, про значення слідів і пам'яті, про культуру в цілому. Цей проект показує, як за допомогою зміни фізичних відчуттів в громадському публічному просторі зовсім змінюється і саме його сприйняття (рис.1.6).

Дуже цікавим і красивим є приклад поєднання громадського публічного і музейного просторів в проекті Ж. Нувеля «Лувр в Абу-Дабі» (ОАЕ) (рис.1.6). Автор



Рис. 1.6 Досвід створення громадського публічного простору, що впливає на відчуття людини. Феноменологічний підхід

запропонував незвичне рішення для підсилення емоційних вражень відвідувачів, перекривши ці простори величезним напівпрозорим подвійним куполом діаметром 180 метрів і тим самим об'єднавши їх. Геометричний малюнок куполу було сформовано з металевих зірок, переплетених у напівпрозору стелю, що дозволило проникати розсіяному світлу у простір під ним, створюючи чарівний ефект, як у найкращих традиціях арабської масштабії. Про запропонований образ простору сам автор зазначив, що в ньому по'єднані яскраве протиставлення посушливої Землі з плинністю Води, що розпалюють уяву про невідомі місця, закопані глибоко в пісках або затоплені під водою. «Він нагадує поле археологічних розкопок, відроджене, як маленьке місто, зі скупченням майже однорядних будівель уздовж неквапливої набережної. Це мікромісто потребує особливого мікроклімату, який створював би у відвідувача відчуття, що він потрапив у інший світ» [76].

Отже, підсумовуючи різні теорії, можна сказати, що феноменологія з точки зору архітектури – це досвід людини, що вона переживає під час контакту з архітектурним середовищем, а також те, як даний досвід впливає на її подальше життя. Архітектурний досвід формується від будь-якого об'єкту, ситуації, події, яку людина може бачити, чути, відчувати, до якої може торкатися і яку здатна зрозуміти. Феноменологічний підхід – це шлях кращого розуміння особистих проблем людини через контакт її з архітектурою та формування способів їх вирішення.

Слід виділити дві основні ідеї феноменологічного підходу:

1. Врахування відчуття місця, тобто ментального сприйняття людиною оточуючого простору і, як наслідок – поява відповідних емоцій, що дозволяють відчувати себе частиною простору;

2. Створення атмосфери місця.

Як приклад, для ілюстрації першої ідеї, можна навести громадський публічний простір в Коппенгагені «Superkilen», проект BIG, Topotek1 та Superflex [189], а другої – парк «Madrid RIO», авторства MRIO Arquitectos та West 8 [171] (рис.1.6).

«Superkilen» буквально означає «супер клин», і дійсно, знятий зверху, публічний простір має клиноподібну форму – вузька стрічка червоного, чорного та зеленого кольору, що йде паралельно залізничному коридору, в північній частині району Неренбро в Копенгагені. Парк складається з трьох окремих зон: Червоної площі, Чорного ринку та Зеленої зони, і самі користувачі називають його окремими зонами, а не як єдине ціле.

На додаток до вражаючого дизайну, «Superkilen» містить еkleктичну колекцію з 108 глобальних об'єктів, що посилаються на етнічну різноманітність району. Є стільці з Мехіко, тумби з Уганди, гойдалки з Санта-Моніки, Марокканський фонтан, гірка у формі восьминога з Японії, знакова фігура чорного бика для реклами іспанського хересу. Завдяки цим об'єктам з усього світу, які ніби-то представляють мешканців Неренбро, цей публічний простір передає розповідь про різноманітність, інклюзивність та участь громадян. Автори проекту рекламують його, як «добру міську практику» та стратегію «надзвичайної участі» [189].

Проте, не зважаючи на велику кількість дійсно вдалих рішень, «Superkilen» має і характерні недоліки. Наприклад, розташування міських меблів не відповідає потребам та функціям оточуючої забудови – біля бібліотеки немає місць для сидіння, в той час, як в сусідній зоні їх занадто багато, а деякі зони і подекуди залишаються безлюдними. Вибрані матеріали були не досить підходящими для громадського майданчика: червона фарба невдовзі після відкриття зносилася, а деякі привезені з закордону об'єкти зламалися. Однак, незважаючи на зазначені недоліки, запропоновані авторами ідеї організації даного громадського публічного простору міста є спробою показати і підсилити відчуття місця у його відвідувачів, хоча і не абсолютно вдалою.

Іншим прикладом, значно масштабнішим і вдалим, є парк «Madrid RIO», розташований на двох берегах річки Мансанарес, у столиці Іспанії Мадриді (рис.1.6). Його можна віднести до одного з найяскравіших світових прикладів ревіталізації деградуючої міської території через трансформацію в зручну, цікаву і доступну для всіх загальноміську рекреаційну пішохідну зону, яка також значно підвищила економічну цінність оточуючих житлових районів.

Даний проект покращив екологічний стан у місті, звільнивши його центр від транзитного транспорту та запустивши його під землю, а на звільненій, наземній території організувавши міський «сімейний публічний парк» з трьома головними тематичними зонами – «Сосною алеєю» (місця для комфортного проведення вільного часу для всіх), «Монументальною сценою» (місця для масових громадських публічних заходів) та «Парком Аргансуела» (місця для дозвілля та спортивних активностей) [171].

Запропоновані паркові зони, наповнені різноманітними спортивними, дитячими, тематичними майданчиками для міських ігор, які передбачають участь у них різних поколінь, місцями для спокійного відпочинку і спостереження за різними активностями, виносними майданчиками для кафе, пішохідними і велосипедними доріжками, носять неформальний характер і мають дружній вигляд. Крім того, в розробці проекту «Парку Аргансуела» – найбільш активної та атрактивної дозвільної частини, брали участь діти та молодь з навколишніх районів. Майже всі запропоновані ними ідеї були тут втілені.

Головним мотивом для більшої частини проекту є вода. Парк заснований на різних емоціях і ландшафтах в контексті води. В його дизайні відображена концепція традиційного іспанського ландшафту з «сухими ріками», які викликають емоції відчуття свіжості в будь-який час року, що є дуже актуальним для Мадрида.

Знаковим об'єктом в проекті «Madrid RIO» є міст «Аргансуела», який був створений архітектурним бюро «Dominique Perrault Architecture» [171], і з'єднує парк і два райони міста, розташовані по різні береги річки Мансанарес. Міст складається з двох частин, які виконані у вигляді конусоподібних труб, що нагадують спіральні залізні «стрічки». Таким чином авторам вдалося домогтися комфортного перебування людини на мосту, захищеності від сонця і вітру, та одночасно відсутності затінення парку під ним. Сама пішохідна доріжка всередині моста з місцями для сидіння виконана з дерев'яних рейок для полегшення всієї конструкції. І цього достатньо, щоб комфортно пересуватися по ній пішки або велосипедом. Конусоподібні труби об'єднуються в центральній частині між собою на невеликому пагорбі, який є також і оглядовим майданчиком. За задумом авторів

і замовника, міст повинен був стати місцевою визітівкою і об'єктом-атрактором для туристів, але його значення виявилось набагато потужнішим.

В результаті наразі він активно використовується і туристами і місцевими мешканцями різних поколінь, і не тільки як інфраструктурний об'єкт, а і як прогулянковий променад, місце для занять спортом, музичних виступів, ігор, відпочинку, проведення вільного часу, спостерігаючи за активностями навколо (рис.1.6).

Згідно К. Норберу-Шульцу є три основні детермінації, що формують місце: типологія, морфологія та топологія [174]. Морфологія відповідає за символізацію в архітектурі, що діє в основному на чотири характеристики психологічного стану людини: настрої, розуміння місця, діалог та відчуття приналежності. Топологія націлена на дослідження можливостей та характеристик місця з використанням принципів Гештальту та значень геометричних фігур. Типологія показує взаємозв'язок між внутрішнім і зовнішнім простором а також відчуття оточення простором і усвідомлення себе, як його частини [174].

Фактори, які впливають на створення відчуття місця можна узагальнити і диференціювати, як: фактори когнітивного сприйняття та фізичні фактори. Перші починають діяти, коли людина співставляє себе з місцем, шляхом його пізнання. Другі – пов'язані з такими поняттями, як: масштаб, розмір, розташування, ступінь закритості, контраст, кількість природного освітлення і його температура, пропорції, текстура, матеріали, колір, звуки та візуальне різноманіття тощо. Тобто, велике значення має те, як саме організований простір, як розташовані та перетинаються різні функціональні зони, які елементи в них знаходяться, які матеріали застосовані на різних площинах і поверхнях, як добре вони освітлені і яку кольорову гамму було обрано автором. А в результаті – як все це буде бачити та сприймати людина, проходячи крізь цей простір та торкаючись до об'єктів в ньому. Наприклад, Рем Колхас, в основу концепції будь-якого простору ставить його структуру [196]. А структура виходить зі сприйняття тих людей, які там будуть жити, працювати чи відвідувати його.

Для втілення другої ідеї феноменологічного підходу – створення атмосфери місця «Genius Loci» – архітектору необхідно, перш за все, уявити себе в даному місці. Низку рекомендацій щодо формування атмосфери місця надано П. Цумтором в книзі «Atmospheres. Architectural Environments. Surrounding Objects» [198]. Він пропонує приділяти увагу «сумістності матеріалів», «звуку місця», «температурі місця», «рівням закритості», «світлу речей» [198].

Грамотно спроектований простір, на думку феноменологів, має багато властивостей – від можливості впливу на настрій, розслаблення або концентрації, до здатності настроїти людину на певний лад, надихнути і, навіть, вилікувати. Гарним прикладом може бути проект мосту «Cirkelbroen» («Круглий міст») в Копенгагені, створений дизайнерським бюро О. Еліассона [137] на перетині двох каналів, Крістіансхавен і Кобенхавен, який став символом об'єднання пішохідних просторів їх набережних (рис.1.6). На морфологічному рівні закладений авторами посыл цього об'єкта, як місця широкого колу можливостей «спілкування» з міським середовищем для різних людей, проявився у п'яти об'єднаних круглих платформах, здатних до трансформування. На функціональному – він не тільки підвищив інфраструктурну зручність, а й став місцем для неспішної прогулянки, зустрічей і спостереження та проведення свого вільного часу місцевими мешканцями і гостями міста. На когнітивному – символом переосмислення людиною міського простору і свого місця в ньому. Як зазначив сам автор, що зігзагоподібна форма мосту змусить людину «знизити швидкість і зробити перерву» [137], щоб замислитися та повноцінно відчувати атмосферу міста.

Ще одним показовим прикладом застосування феноменологічних засад, а саме спроби настроїти людину на певний лад, є створення О. Еліассоном інсталяції «Ice Watch» в громадських публічних просторах Копенгагена, Парижа і Лондона. Посил цих інсталяцій з блоків льоду, витягнутих з вод біля Гренландії та розміщених і залишених танути в публічних місцях різних міст – візуальне і тактильне нагадування всім людям про світову екологічну проблему впливу зміни клімату на навколишнє середовище. Кожний перехожий міг в прямому сенсі доторкнутися до проблеми. А сам автор пояснив таку ідею, як ту, що раптово дає

дуже сильне відчуття тих «речей, які в інших обставинах неемоційні» [142]. Створенням такого вражаючого простору він спонукає до сумісних дій на своїх рівнях «різних гравців» [142], державу, великі, середні і малі приватні компанії, а також звичайних простих людей у вирішенні спільної проблеми – збереження екології.

Іншим прикладом втілення другої ідеї феноменологічного підходу – створення атмосфери місця, може слугувати і концептуальний громадський публічний простір «Acropolis Universe» («Всесвіт Акрополя») в Дубаї від архітектурного бюро «Behnisch Architects» (рис.1.6) [161]. Він поєднав в собі ігровий зал, театр, аудиторії, ресторани, сквери, виставкові площі та ігрові майданчики, утворюючи «унікальний досвід нового, штучного ландшафту». Для забезпечення затінення і прохолоди авторами була розроблена серія «квіткових» структур, навколо яких і був сформований новий громадський простір – парк дозвілля для сімей, який також має стати масштабним майданчиком для навчання, своєрідним освітнім засобом, здатним демонструвати сили природи та її закони. Відвідувачі зможуть безпосередньо відчутти, як діють атрибути негостинного місцевого клімату – вітер і екстремальні температури, а також, як шляхом прогресивного сталого дизайнерського підходу їх пом'якшити для забезпечення комфортного мікроклімату, створивши оазис посеред пустелі. Отже метою парку і посилом запропонованих «квіткових» структур, форма і конструкція яких забезпечують охолодження повітря, що проходить через них і потрапляє у долину та створює сприятливі умови для перебування в ній, було, по суті, показати, як сучасні технології можуть розширити чотиримісячний період комфортних погодних умов, характерний для пустельного клімату, а людина отримати унікальний досвід користувача.

Проте, крім архітектурних елементів, та того впливу, який вони справляють на людину, важливо знати, як саме інформація про ці елементи потрапляє в її свідомість. Дослідники кінця ХХ ст., що задавалися цим питанням, дійшли певних висновків в тому, як думає і сприймає світ індивід з фізіологічної точки зору. Даний інструмент (біхевіористична економіка) знаходить своє застосування в основному

в сфері торгівлі, реклами та надання послуг, але поступово застосовується і до архітектури.

Психологи наразі виділяють два режими мислення, які було для зручності названо, як «Система 1» і «Система 2» – несвідомий та свідомий [162]. «Система 1» спрацьовує автоматично і дуже швидко, майже не вимагаючи зусилля і не даючи відчуття навмисного контролю. «Система 2» виділяє увагу, необхідну для свідомих розумових зусиль, в тому числі для складних обчислень. Поки людина не спить, працюють обидві системи: перша – автоматично, а друга – знаходиться в комфортному режимі мінімальних зусиль. Коли все відбувається «гладко», «Система 2» приймає пропозиції «Системи 1» повністю або майже без змін. «Система 2» приходить в дію, коли виявляється подія, що порушує модель навколишнього світу в поданні «Системи 1» [162].

Існує теорія, що істотна частина людського мозку призначена для обробки візуальної інформації. Завдяки цьому, за різкістю сприйняття наш зір набагато перевершує інші органи чуття, і він є найбільш підходящим для осмислення зовнішньої інформації, ніж інші доступні нам способи [175]. Дослідження Т. Норрентрандана доводять, що візуальне сприйняття починається зі сприйняття основних візуальних атрибутів, таких як форми, обриси, відносні розміри і кольори ділянки. Їх називають атрибутами, що передують свідомій увазі [175].

У той час, як дії візуальної оперативної пам'яті і довготривалої пам'яті відбуваються в значній мірі в «Системі 2», швидка обробка даних – це цілком «Система 1». Тому, щоб максимізувати потужність і ефективність візуалізації, слід прагнути закодувати якомога більше інформації в деталях, що передують свідомій увазі, які сприймаються під час первинної обробки.

С. Фью стверджує, що тільки деякі з тих атрибутів, які людина природно і універсально інтерпретує, є кількісними [145]. З них довжина і двомірне розташування сприймаються більш точно, ніж інші. З довжиною, наприклад, людина сприймає недвозначну величину, яка добре співвідноситься з об'єктивним виміром: великий – «більше», а дрібний – «менше».

Отже, людина може порівнювати об'єкти, використовуючи кількісно сприйнятлі атрибути передувачи, але не може зробити висновки про їх фактичне значення. В результаті, порівняння візуальних атрибутів передувачи підпадає під «Систему 1», але декодування зашифрованих значень (цифрових) вимагає несуттєвого використання «Системи 2».

Існує ще одна, доволі цікава, теорія про домінуюче спадне візуальне сприйняття, що була висунута психологом Р. Грегорі і в подальшому підтверджена як науково, так і експериментально. Вчений був впевнений, що майже 90% інформації, що надходить через очі, до мозку не доходить [35]. Таким чином, мозок використовує попередній досвід або наявні знання про світ для конструювання реальності. Візуальна інформація, яку ми сприймаємо, з'єднується з попередньо записаними мозком відомостями, отриманими нами дослідним шляхом.

Загалом, виходячи з різних прикладів теорії спадної обробки інформації впливає, що розпізнавання образів ґрунтується на контекстуальній інформації. І фрагменти, яких не вистачає в картині оточуючої дійсності, добудовуються нашою свідомістю. Це означає, що людина сама формує уявлення про те, що вона бачить, на основі своїх попередніх знань. Це також підтвержує провідне значення впливу семантичних архітектурних стереотипів і об'єктів-мемів, визначених як їх умовно надконтекстних складових, на асоціативне сприйняття людиною певних просторів міста.

А якщо трактувати громадський публічний простір міста з боку прогресивної біології, то в конкретних умовах (природних, кліматичних, культурних, соціальних, економічних тощо) він виступає в ролі «мемокомплексу» і задає певний набір поведінкових моделей популяції (людини-особистості, групи людей або народу в цілому), серед яких тільки менша частина домінує і підлягає реплікації. Підключення до дослідження громадського публічного простору ідей таких наук як архітектурна феноменологія, фізіологія, гуманістична психологія, гештальт-психологія та поведінкова економіка дає можливість отримати синергетичний ефект при формуванні принципів та прийомів його організації з точки зору цінності і якості для людини.

Отже, підсумовуючи все вищезазначене, можна узагальнити і згрупувати ключові питання, що мають бути враховані при проектуванні нових чи трансформації існуючих

громадських публічних просторів, виходячи з фізіологічних і психологічних потреб сучасної людини (рис.1.7), а саме:

- домінуюча роль візуальної інформації над іншими можливими джерелами отримання інформації;

- візуальне комбінування об'єктів в групі і подальше сприйняття людиною груп, як одного цілого (гештальт-сприйняття);

- об'єкти, що входять до груп, характеризуються елементами передувати (формами, обрисами, відносними розмірами, ділянками кольору) – сприймаються людиною інтуїтивно;

- певна комбінація елементів передувати дає прогнозований результат, що простежується, як на архітектурних пам'ятках з плином історії, так і на сучасних об'єктах в публічному просторі міста;

- людина вибудовує уявлення про те, що вона бачить, на основі власних очікувань, переконань, вже набутих знань – іншими словами, вона завжди робить обдумане припущення;

- щоб зашифрувати певний смисл в будь-який новий об'єкт, потрібно враховувати ефект кожного з вже існуючих в просторі (з урахуванням фізіології та психології людини), особливості місця розташування майбутнього об'єкта та менталітет користувачів (реакцію, закладену в особу культурою, вихованням та наявним життєвим досвідом).

Також можна узагальнити задачі, які виконують об'єкти-меми, для розвитку існуючих та організації нових громадських публічних просторів міст, що позитивно впливають на відчуття людини (рис.1.8), а саме:

- 1) **когнітивні** – є середовищними атракторами та орієнтирами;

- 2) **естетичні** – підвищують візуальну якість простору;

- 3) **композиційні** – організують і фізично наповнюють простір;

- 4) **функціональні** – сприяють функціональному наповненню і, тим самим, підвищенню якості простору;

- 5) **соціально-економічні** – сприяють приверненню уваги і залученню людей в певний простір, тим самим, підвищенню його соціальної і економічної активності;

- 6) **містобудівні** – визначають міські центри тяжіння.



Рис. 1.7 Ключові питання при створенні громадського публічного простору, виходячи з фізіологічних і психологічних потреб людини



Рис. 1.8 Задачі, що виконують об'єкти-меми в громадських публічних просторах міст

Узагальнені вище задачі підтверджують висунуте автором припущення, що об'єктами є містками у поєднанні в одне ціле запропонованих чотирьох складових громадського публічного простору міста, а саме «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії», що і призводить до його атрактивності і позитивного впливу на відчуття людини в ньому. На розкритті узагальнених вище задач для об'єктів-мемів в громадських публічних просторах міст і сфокусоване дане дослідження.

Висновки до розділу 1

1. Враховуючи різні термінологічні трактування понять «простір», «громадський», «публічний» надано наступне визначення для **«громадського публічного простору»** міста, як території, відділеної візуально і фізично окремими об'єктами, відкритої для всіх людей в будь-який час, де відбуваються різні міські дії і події, яка має такі характерні детермінації, як «Місце», «Люди», «Мета», «Дії». Визначенно його **«семантичні архітектурні стереотипи»**, як об'єкти, фрагменти чи деталі – символи, які несуть певне стійке смислове значення та визначають зміст і призначення певного громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, забезпечують його смислове наповнення. Надано визначення **«об'єкту-мему»** як цілісному об'єкту, який несе певне стійке смислове значення, зрозумілий для всіх при першому знайомстві з ним і не потребує супроводу необхідними поясненнями та міським контекстом, а отже є умовно надконтекстним семантичним архітектурним стереотипом, забезпечує смислове наповнення будь-якого громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, здатний адаптуватися під будь-який контекст.

2. Здійснено аналіз співвідношення простору і особистості в різні історичні періоди, який показав, що поняття «громадський публічний простір» є суб'єктивним і багато в чому ґрунтується на уявленні людини про світобудову. Детерміновані його складові: «Місце», «Люди», «Мета», «Дії», зазнали значних змін і доповнень на різних історичних етапах і з плином часу. Виявлено семантичні архітектурні стереотипи та об'єкти-меми громадських публічних просторів міст кожного з зазначених історичних етапів. Визначено сталі

об'єкти-меми, що переходили з одного історичного періоду до наступного і допомогли сформувати ті простори, які наразі ми й сприймаємо. Виявлення сталих об'єктів-мемів і тих, що виникають наразі, в поєднанні з розвитком технологій дає поштовх в розумінні майбутнього громадських публічних просторів міст, здатних реагувати на потреби людей в них.

3. Здійснений аналіз теоретичного досвіду дослідження громадського публічного простору дозволив узагальнити і систематизувати його за наступними чотирма ідейними напрямками: 1) «ностальгізація»; 2) «діяльність на об'єднання і рівність»; 3) «діяльність на збереження»; 4) «діяльність на ескапізм». Виділено їх основні ідеї, що вплинули на формування громадського публічного простору сьогодення. Визначено, що процеси, які відбуваються в ХХІ столітті кардинально змінюють поняття «публічний простір», переносячи його із реального у віртуальний.

4. Здійснений аналіз досвіду створення громадського публічного простору, який впливає на відчуття людини, підтвердив необхідність зосередження на його комплексному вивченні через взаємозв'язок визначених його складових «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії».

5. Узагальнено ключові питання, що мають бути враховані при проектуванні нових чи трансформації існуючих громадських публічних просторів, виходячи з фізіологічних і психологічних потреб сучасної людини, та задачі, які виконують об'єкти-меми в них. Є необхідність у дослідженні питання сприйняття цих просторів людиною в залежності від її віку, національності, релігійної приналежності, соціального статусу, професії, а також можливого їх зв'язку з її особистим відчуттям щастя в них.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ МІСТА, ЩО ПОЗИТИВНО ВПЛИВАЄ НА ВІДЧУТТЯ ЛЮДИНИ. ОБ'ЄКТИ-МЕМИ

2.1 Загальна методика дослідження. Методи дослідження

Дане дослідження громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому, через взаємозв'язок визначених його чотирьох складових «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії» і об'єктів-мемів, як містків у їх поєднанні, а також простору в цілому і позитивних емоцій у людини в ньому, складається з п'яти послідовних етапів: підготовчого, аналітичного, експериментального, синтезуючого та етапу реалізації результатів (рис. 2.1).

На першому, **підготовчому етапі** було визначено проблему дослідження, завдання, межі, гіпотезу та трактування термінів «громадський публічний простір», «семантичні архітектурні стереотипи», «об'єкти-меми», що дало можливість встановити їх взаємозв'язок; вивчено досвід попередників для підтвердження актуальності теми.

На другому, **аналітичному етапі** було проведено історичний аналіз формування і розвитку громадських публічних просторів міст з дослідженням визначених їх чотирьох складових, виділенням їх семантичних архітектурних стереотипів та об'єктів-мемів для кожного з зазначених історичних етапів; визначено фактори, що впливають на формування громадського публічного простору міста сьогодення; встановлено етапи «мемізації» об'єктів та визначальні характеристики об'єктів-мемів; запропоновано їх класифікацію.

На третьому, **експериментальному етапі** було здійснено соціологічний міжнародний відео-експеримент «Архітектура та щастя» для дізнання сприйняття різними людьми громадського публічного простору міста; розроблено методику його проведення; як результат виділено і узагальнено характеристики громадського публічного простору, близького до ідеального, що викликає позитивні емоції у людини в ньому, та запропоновано його графічну модель зі взаємозв'язком визначених чотирьох складових «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії» і об'єктів-мемів.

1	ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ ТА ПИТАНЬ, ЩО СЛІД ВИРІШИТИ, ДЕФІНІЦІЯ ПОНЯТЬ "ГРОМАДСЬКИЙ ПУБЛІЧНИЙ ПРОСТІР МІСТА", ЙОГО "СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ", "ОБ'ЄКТИ-МЕМИ"		МЕТОДИ — ЗАГАЛЬНІ НАУКОВІ — ДОСЛІДЖЕННЯ — СПЕЦІАЛЬНІ	
	ПІДГОТОВЧИЙ	ДЕФІНІЦІЯ ПОНЯТЬ ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ		ДЕКОМПОЗИЦІЯ І КОМПОЗИЦІЯ, ПОРІВНЯЛЬНИЙ І ЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ
	СТУПІНЬ ВИВЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ	КРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ, СИСТЕМАТИЗАЦІЯ		
	ПИТАННЯ, ЩО СЛІД ВИРІШИТИ ЗАДАЧІ ОБ'ЄКТІВ-МЕМІВ	УЗАГАЛЬНЕННЯ		
2	ІСТОРИЧНИЙ АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКИХ ПУБЛІЧНИХ ПРОСТОРІВ МІСТ, ВИДІЛЕННЯ ЇХ СЕМАНТИЧНИХ АРХІТЕКТУРНИХ СТЕРЕОТИПІВ І ОБ'ЄКТІВ-МЕМІВ; ВСТАНОВЛЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА НИХ; ЕТАПІВ "МЕМІЗАЦІЇ" ОБ'ЄКТІВ І ВИЗНАЧАЛЬНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ОБ'ЄКТІВ-МЕМІВ; ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ			
	АНАЛІТИЧНИЙ	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРІВ МІСТ НА РІЗНИХ ЧАСОВИХ ЕТАПАХ, ВИДІЛЕННЯ ЇХ СЕМАНТИЧНИХ АРХІТЕКТУРНИХ СТЕРЕОТИПІВ І СТАЛИХ ОБ'ЄКТІВ-МЕМІВ		ІСТОРИЧНИЙ АНАЛІЗ
	ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРІВ МІСТ СЬОГОДЕННЯ	ПОФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ		
	ЕТАПИ "МЕМІЗАЦІЇ" ОБ'ЄКТІВ, ВИЗНАЧАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБ'ЄКТІВ-МЕМІВ	ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ, ФОРМАЛІЗАЦІЯ І УЗАГАЛЬНЕННЯ		
КЛАСИФІКАЦІЯ ОБ'ЄКТІВ-МЕМІВ	КЛАСИФІКАЦІЯ			
3	СОЦІОЛОГІЧНИЙ МІЖНАРОДНИЙ ВІДЕО-ЕКСПЕРИМЕНТ "АРХІТЕКТУРА ТА ЩАСТЯ"			
	ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИЙ	ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО СПРИЙНЯТТЯ РІЗНИМИ ЛЮДЬМИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ МІСТА	МЕТОД ВІДЕО-ЕКСПЕРИМЕНТУ	
	ЗБІР ІНФОРМАЦІЇ, ОБРОБКА, РЕЗУЛЬТАТИ	ВІДЕО-ІНТЕРВ'Ю, СТАТИСТИЧНИЙ І ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ, СИСТЕМАТИЗАЦІЯ		
	КОМБІНАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ І ЯКОСТІ ПРОСТОРУ, ЩО ВИКЛИКАЮТЬ ПОЗИТИВНІ І НЕГАТИВНІ ЕМОЦІЇ	ІНДУКЦІЯ І СИСТЕМАТИЗАЦІЯ		
ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОСТОРУ, БЛИЗЬКОГО ДО ІДЕАЛЬНОГО, ЩО ВИКЛИКАЄ ПОЗИТИВНІ ЕМОЦІЇ, ЙОГО ГРАФІЧНА МОДЕЛЬ	ФОРМАЛІЗАЦІЯ І УЗАГАЛЬНЕННЯ МОДЕЛЮВАННЯ			
4	ПРИНЦИПИ, ПРИЙОМИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО АРХІТЕКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ГРОМАДСЬКИХ ПУБЛІЧНИХ ПРОСТОРІВ МІСТ І РОЗМІЩЕННЯ ОБ'ЄКТІВ-МЕМІВ В НИХ			
	СИНТЕЗУЮЧИЙ	ПРИНЦИПИ, ПРИЙОМИ	ІНДУКЦІЯ І СИСТЕМАТИЗАЦІЯ	
РЕКОМЕНДАЦІЇ	УЗАГАЛЬНЕННЯ І СИСТЕМАТИЗАЦІЯ			
5	АПРОБАЦІЯ ВИСУНУТИХ ТЕОРЕТИЧНИХ ПРИПУЩЕНЬ			
	ЕТАП РЕАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ	КОНЦЕПТИ ГРОМАДСЬКИХ ПУБЛІЧНИХ ПРОСТОРІВ МІСТ	ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ПРОЕКТУВАННЯ	

Рис. 2.1 Етапи і методи дослідження

На четвертому, **синтезуючому етапі** сформульовано принципи, визначено прийоми та надано рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст і розміщення в них об'єктів-мемів, умовно надконтекстних семантичних архітектурних стереотипів.

На п'ятому, **етапі реалізації результатів** було здійснено апробацію висунутих теоретичних припущень в концептуальних проектах ряду громадських публічних просторів міст.

На кожному етапі для вирішення поставлених завдань були застосовані відповідні загальні і спеціальні наукові методи, серед яких слід виділити наступні: історичний, критичний і порівняльний аналіз, узагальнення, систематизація і класифікація – як загальні наукові методи; та пофакторний аналіз, відео-експеримент, експериментальне проектування – як спеціальні наукові методи.

1. На **підготовчому етапі** було використано методи декомпозиції і композиції, аналізу літературних джерел, критичного, логічного і порівняльного аналізу та узагальнення.

Методи *декомпозиції* і *композиції* були застосовані для дослідження поняття «громадський публічний простір» шляхом розділу його на окремі складові та аналізу існуючих трактувань кожної, а саме: «простір», «громадський», «публічний», а потім поєднання їх в одне ціле для надання власного цілісного визначення.

Був проведений *аналіз* понад 30 *літературних джерел* для дослідження різних трактувань виокремлених понять «простір», «громадський», «публічний», «стереотип», «мем».

Порівняльний аналіз був застосований для порівняння їх трактувань, наданих різними науковцями з різних галузей знань, і встановлення спільного в їх дефініції.

Методом *логічного аналізу* було надано визначення поняттям «семантичні архітектурні стереотипи» та «архітектурні мем» і «об'єкти-мем», встановлено їх взаємозв'язок. Визначено об'єкти-мем, як умовно надконтекстні семантичні архітектурні стереотипи громадського публічного простору міста.

Здійснений *критичний аналіз* понад 185 джерел дав можливість встановити ступінь вивченості проблеми дослідження та підтвердив її актуальність.

Через *узагальнення* отриманої інформації були визначені питання, що мають бути враховані при формуванні нових і трансформації існуючих громадських публічних просторів, виходячи з фізіологічних та психологічних потреб сучасної людини. Також за допомогою *узагальнення* було виділено 6 груп задач (а саме: когнітивні, естетичні, композиційні, функціональні, соціально-економічні, містобудівні), які вирішують об'єктами для розвитку існуючих і формування нових громадських публічних просторів міст, що позитивно впливають на відчуття людини, на розкритті яких і було сфокусовано дослідження на наступних етапах.

2. На **аналітичному етапі** було використано методи історичного, пофакторного і порівняльного аналізу, формалізації і узагальнення, класифікацію.

Метод *історичного аналізу* було застосовано для визначення особливостей формування та закономірностей і загальних моментів послідовного розвитку громадських публічних просторів міст на різних часових етапах, виділення їх семантичних архітектурних стереотипів і об'єктів-мемів для кожного етапу, та сталих об'єктів-мемів, що переходили від одного історичного етапу до наступного і наразі збереглися і формують сучасні громадські публічні простори міст.

Здійснений *пофакторний аналіз* дав можливість встановити фактори впливу на формування громадських публічних просторів міст сьогодення, а саме: історико-політичний, економічний, соціальний, історико-культурний, національно-релігійний, природний, екологічний, технологічний (інформаційний), психологічний і фактор безпеки, та визначити зумовлену кожним фактором появу їх певних семантичних архітектурних стереотипів і тих, що можуть стати об'єктами-мемами.

Порівняльний аналіз та методи *формалізації* і *узагальнення* було застосовано при визначенні чотирьох етапів «мемізації» об'єктів, а саме: I-го етапу – «прецедентний феномен»; II-го – «дієвість і тиражування»; III-го – «очищення від контексту»; IV-го – «вірус» або «смерть». А також при детермінації п'яти головних (прецедентність появи; об'єктивність; реплікативність; універсальність (незалежність від контексту); «вірусність» (легке і швидке розповсюдження)), прив'язаних до етапів «мемізації» об'єктів, та десяти додаткових (показова демонстративність; емоційна реверсивність; релевантність для різних місць; публічність; довговічність (темпоральність); оригінальність; спрощеність;

космополітичність; динамічність (кінетичність) та інтерактивність) визначальних характеристик об'єктів-мемів.

В запропонованій *класифікації* об'єктів-мемів їх було об'єднано у дві категорії (фізичну і ментальну) та за 10 відповідними ним ознаками: за типом об'єкта; розмірами та морфологічними особливостями; розташуванням в структурі простору; композиційним значенням; матеріалом; колористичним рішенням (які детермінують їх фізичні особливості, і були віднесені до першої, фізичної, категорії); та способом сприйняття; посилом; джерелом виникнення; тривалістю «життя» (які показують їх когнітивну складову, і були віднесені до другої, ментальної, категорії).

Виділені на даному етапі дослідження етапи «мемізації» об'єктів, визначальні характеристики і запропонована класифікація об'єктів-мемів стали підґрунтям для формулювання на синтезуючому етапі принципів, визначення прийомів та надання рекомендацій щодо їх розміщення в громадських публічних просторах міст.

3. На **експериментальному етапі** було запропоновано метод відео-експерименту; використано методи статистичного, порівняльного аналізу, систематизації, індукції, формалізації і узагальнення.

Запропонований метод *відео-експерименту* дав можливість здійснити міжнародне соціологічне дослідження «Архітектура та щастя» та отримати інформацію щодо сприйняття різними людьми громадського публічного простору міста, а також визначити взаємозв'язок та вплив архітектури і громадського публічного простору міста зокрема на відчуття щастя людини в ньому.

Для збору інформації було використано *відео-опитування (відео-інтерв'ю)*, яке проходило як особисто, так і дистанційно, що дозволило залучити 1981-го респондента з 29-ти країн світу.

Для обробки інформації і отримання результатів було застосовано методи *статистичного і порівняльного аналізу та систематизації*. Для демонстрації результатів – було створено тематичний сайт; як динамічний спосіб розповсюдження результатів – обрано формат серіалу на платформі YouTube. Як фізичний результат проекту – було влаштовано виставку з фотопортретами найвизначніших учасників та інтерактивним показом отриманих даних (*графічної моделі* громадського публічного простору, що

позитивно впливає на відчуття людини в ньому, в якій взаємозв'язані його чотири складові «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії», з *колажуванням* об'єктів-мемів, що викликають найбільший позитивний емоційний відгук).

Здійснений відео-експеримент підтвердив висунуту автором гіпотезу про зв'язок між існуючими характеристиками громадського публічного простору міста та відчуттям щастя людини в ньому через певні дії і події, що можуть відбуватися саме в цьому місці завдяки таким його характеристикам. І з'єднувальними містками в цьому є саме об'єкти-меми, які викликають емоційний відгук, активують фантазію, асоціації та реакцію.

З використанням методів *індукції* та *систематизації* було визначено якості, характеристики і комбінації об'єктів, що благодійно впливають на настрій і самопочуття людини в громадських публічних просторах міст, та тих, що викликають погіршення настрою та провокують негативну поведінку. Також виокремлено визначальні характеристики об'єктів (об'єктів-мемів), завдяки яким вони перетворюються в символи, спонукаючи до дії або бездіяльності, провокуючі на певну поведінку, а саме: сигнальний колір (заборона або наполягання на певній дії); спеціальний тактильний тип поверхні (в залежності від розміру є або елементами гри, або застереження); гіпертрофовані габарити (можуть означати об'єкт-орієнтир чи атрактор для даного простору); ритмічність їх композиції (означає рух в певну сторону або вздовж певних поверхонь простору).

За допомогою методів *формалізації* і *узагальнення* були виділені та узагальнені характеристики громадського публічного простору міста, близького до ідеального, що викликає позитивні емоції у людини в ньому, які стали підосновою для створення його графічної моделі. А також визначення прийомів і надання рекомендацій щодо його організації на наступному синтезуючому етапі.

4. На **синтезуючому етапі** було застосовано методи індукції, композиції, узагальнення і систематизації.

Методом *індукції* отриманої інформації на другому і третьому етапах дослідження були виділені і сформульовані три принципи архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст, а саме: «компеляторності», «атрактивності», «багатофункціональності і різноманітності функцій» та шість принципів розміщення об'єктів-мемів в них. Останні було *систематизовано* як загальні («надконтекстності»),

«реплікативності», «вірусності») та спеціальні, визначені як функціонально-просторові, («ситуаційної толерантності», «спадкоємної неперервності і різноманітності», «когнітивної легкості»).

Відповідно до сформульованих принципів було *систематизовано* і визначені прийоми. Метод *композиції* було використано для надання рекомендацій щодо ефективності розкриття сформульованих принципів через комбінації з визначених прийомів, як в межах одного принципу, так і віднесених до різних, для підсилення дії якісних змін.

Надані рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст і розміщення об'єктів-мемів в них було *узагальнено* і *систематизовано* як: екологічні, композиційні, морфологічні, когнітивні, функціональні та соціально-економічні.

5. На етапі **реалізації результатів** було застосовано метод експериментального проектування.

Для апробації висунутих в роботі теоретичних положень було проведено *експериментальне проектування* і створено проекти для ряду громадських публічних просторів міст різних країн, а саме: Києва, Бреста, Мадрида, Лондона та Масдара. Також підтвердженням актуальності висунутих теоретичних припущень не тільки для відкритих, а й для закритих громадських просторів став проект «Soaring Arch – Ширяюче склепіння» – адаптація під інклюзивний громадський простір приміщень Мистецького Арсеналу по вулиці Лаврська, 10-12 у Києві», що отримав нагороду НСАУ у 2018 році.

2.2 Фактори, що впливають на формування громадського публічного простору міст

Відмінність початку XXI століття від попередніх історичних періодів полягає у більш широкому погляді на буденні речі, більш тісному і швидшому зв'язку між подіями в різних містах, в доступності та відкритості інформації для широкого загалу. Громадський публічний простір в одному певному місті, сформований внаслідок взаємодії різних

факторів, в сучасному світі легко перетворюється в глобальний публічний простір за своїм впливом, як на окремого індивіда, так і на суспільство в цілому. Найбільш вірогідне пояснення такому явищу – нові, досконаліші засоби комунікації, що на рубежі століть (з поширенням мережі Інтернет) стали переходом до нового цифрового суспільства та культури.

Нижче визначені і описані фактори, що впливають на формування громадського публічного простору міст сьогодення через призму нового процесу – глобалізації. Наведено пояснення їх впливу на цей простір та зазначені нові об'єкти, зумовлені ними. Отже, можна виділити: історико-політичний, економічний, соціальний, історико-культурний, національно-релігійний, природний, екологічний, технологічний (інформаційний), психологічний та фактор безпеки (рис. 2.2, 2.3, 2.4). Причому, кожен фактор може мати як позитивні, так і негативні впливи.

Економічний та історико-політичний фактори

Сучасне глобалізоване середовище характеризується взаємозалежністю між національною економікою країн і втратою державами важелів влади над світовими економічними питаннями та посиленням впливу транснаціональних корпорацій (ТНК). Поява останніх, а також міжнародних неурядових організацій, вплив яких за рядом параметрів порівнюється з впливом національних урядів, є передумовою до об'єднання економічного і політичного факторів у формуванні обличчя міст та їх громадського публічного простору.

Для громадських публічних просторів міст глобалізація економіки та політики означає стирання ідентичності місця. Простори міст активно приватизуються, і міжнародні капіталовкладення (ТНК) в багатьох випадках вирішують їх долю та функціональне наповнення. Вплив проявляється через заміщення, зменшення в них функцій, що слугують їх громадській складовій на користь комерціалізації. Крім того, відбувається «з'їдання» місцевих унікальних бізнесів, задіяних в публічному просторі (невеликих лотків з місцевою продукцією, сімейних кафе тощо) більш комерційно-успішними конкурентами; засилля реклами, як частини буденності, до того ж, яка створює візуальний «шум»; розміщення дублікатів уже відомих публічних об'єктів (або цілих публічних просторів) для комерційних, туристичних цілей, ігноруючи особливості регіону та місцевої культури;

1 ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКТОР

СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ

ЕЛЕМЕНТИ БРЕНДІНГУ ПРОСТОРУ

ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ АТРАКТИВНІСТЬ ПРОСТОРУ

- РОЗВИТОК МІСЦЕВИХ УНІКАЛЬНИХ БІЗНЕСІВ
- БРЕНДУВАННЯ ПРОСТОРУ
- СТВОРЕННЯ ФОТОГЕНІЧНОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ НАПОВНЕННЯ РІЗНИМИ ФУНКЦІЯМИ РЕАЛЬНЕ ОЖИВЛЕННЯ ТА ВІРТУАЛЬНЕ ПОШИРЕННЯ
- ЗАМІЩЕННЯ, ЗМЕНШЕННЯ ФУНКЦІЙ ГРОМАДСЬКОЇ СКЛАДОВОЇ ПРОСТОРУ НА КОРИСТЬ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ
- ЗАСИЛЛЯ РЕКЛАМИ
- РЕПЛІКАЦІЯ КОМЕРЦІЙНО ВДАЛИХ ПРИКЛАДІВ І ЇХ ПОШИРЕННЯ БЕЗ ВРАХУВАННЯ МІСЦЕВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ

ВТРАТА УНІКАЛЬНОСТІ МІСЦЯ



ТОКІЙСЬКА ВЕЖА ТА ЕЙФЕЛІВА ВЕЖА В ТЕХАСІ



НЬЮ-ЙОРК. МЕМОРІАЛ 9/11

2 ІСТОРИКО-ПОЛІТИЧНИЙ ФАКТОР

СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ

ОБ'ЄКТИ-СИМВОЛИ, ПОВ'ЯЗАНІ З ПЕВНИМИ ПЕРСОНАЛІЯМИ
ОБ'ЄКТИ ПАМ'ЯТІ
НАСЛІДКІВ ПЕВНИХ ІСТОРИЧНИХ І ПОЛІТИЧНИХ ПОДІЙ

ФАКТОР ВПЛИВАЄ НА ФУНКЦІОНАЛЬНЕ НАПОВНЕННЯ І МОРФОЛОГІЮ ГРОМАДСЬКИХ ПУБЛІЧНИХ ПРОСТОРІВ

- МІСЦЯ ДЛЯ РІЗНИХ ПОЛІТИЧНИХ ЗАХОДІВ, НОВІ ПРОСТОРИ ПАМ'ЯТІ
- ЧІТКА КОНФІГУРАЦІЯ ПРАВИЛЬНА ГЕОМЕТРИЧНА ФОРМА ВЕЛИКІ РОЗМІРИ
- ВІДКРИТІ ДЛЯ ЛЕГКОГО ВІЗУАЛЬНОГО СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ
- МОЖЛИВІСТЬ МОНОФУНКЦІОНАЛЬНОСТІ
- ВІДСУТНІСТЬ КАМЕРНОСТІ

3 СОЦІАЛЬНИЙ ФАКТОР

СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ

МІСЬКІ МЕБЛІ, ПАРКЛЕТИ, МОБІЛЬНІ ПУБЛІЧНІ МАЙДАНЧИКИ, ВІДКРИТІ ПАВІЛЬЙОНИ МІСЬКИХ ГРОМАД, МАЙДАНЧИКИ ДЛЯ МІСЬКИХ ІГОР І АКТИВНОСТЕЙ

ФАКТОР ВПЛИВАЄ НА ФУНКЦІОНАЛЬНЕ І ФІЗИЧНЕ НАПОВНЕННЯ ПРОСТОРІВ, ЇХ УНІВЕРСАЛЬНИЙ ДИЗАЙН

- МІСЦЯ ДЛЯ КОМУНІКАЦІЙ МІЖ ЛЮДЬМИ, ЗРУЧНІ І ДОСТУПНІ ДЛЯ ВСІХ
- ВИХІД ЗАКРИТИХ ГАЛЕРЕЙ І ВИСТАВОК У ВІДКРИТИЙ ПРОСТІР
- МІСЦЯ ДЛЯ ГРОМАДСЬКОГО ОБГОВОРЕННЯ АКТУАЛЬНИХ МІСЬКИХ ПИТАНЬ



ОСПО. PARKLETS 2.0

Рис. 2.2 Фактори впливу на формування громадських публічних просторів міст сьогодення

4 ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ФАКТОР

СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ

АКТИВНЕ ВХОДЖЕННЯ ОБ'ЄКТІВ І ЯВИЩ СУБКУЛЬТУР
ПОП-АРТ І ПАБЛІК-МЕДІА-АРТ ОБ'ЄКТИ, МУРАЛИ, КІНЕТИЧНІ СКУЛЬПТУРИ

ТРАДИЦІЙНІ І НОВІ МАЛІ АРХІТЕКТУРНІ ФОРМИ, ЩО ПОКАЗУЮТЬ КУЛЬТУРНІ І СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ МІСЦЯ

ВПЛИВ ПЕВНИХ КУЛЬТУР, ЇХ АРХІТЕКТУРНИХ І СТИЛЬОВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НА МОРФОЛОГІЮ, КОМПОЗИЦІЮ, ОЗДОБЛЕННЯ І ФУНКЦІОНАЛЬНЕ НАПОВНЕННЯ ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРІВ МІСТ

- МОНОКУЛЬТУРНИЙ ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР (ТРАДИЦІЙНИЙ ДЛЯ ПЕВНОЇ КУЛЬТУРИ І МІСЦЯ)
- МУЛЬТИКУЛЬТУРНИЙ ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР (ІСТОРИЧНО СФОРМОВАНИЙ ЧИ НОВИЙ - ЯК СИМВОЛ ПЕВНИХ КУЛЬТУРНИХ ПОДІЙ)

ВЕНЕЦІЯ. СКУЛЬПТУРА "SUPPORT"

ГОЛЛАНДІЯ. TULPI DESIGN

5 НАЦІОНАЛЬНО-РЕЛІГІЙНИЙ ФАКТОР

СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ

ТРАДИЦІЙНА ДОМІНУЮЧА КУЛЬТОВА БУДІВЛЯ ПРОСТОРУ (КОСТЕЛ, ПРАВОСЛАВНИЙ СОБОР, МЕЧЕТЬ, СИНАГОГА)
КОНТРАСТНИЙ ЯСКРАВИЙ КОЛІР В ОКРЕМИХ ДЕТАЛЯХ І ПЛОЩИНАХ ПРОСТОРУ

ФАКТОР ТРАДИЦІЙНО ВПЛИВАВ НА ВИЗНАЧЕННЯ ГОЛОВНОЇ КУЛЬТОВОЇ БУДІВЛІ - ХРАМУ, КОМПОЗИЦІЇ І КОЛОРИСТИЧНОГО РІШЕННЯ ПРОСТОРУ

- ПІВДЕННІ НАРОДИ - ЗАКРИТІСТЬ КОМПОЗИЦІЇ І ПЕРЕВАЖНО СВІТЛІ ОДНОРІДНІ ТОНИ З ВВЕДЕННЯМ ЯСКРАВОГО КОЛЬОРУ В ОКРЕМІ ДЕТАЛІ
- ПІВНІЧНІ НАРОДИ - ВІДКРИТІСТЬ КОМПОЗИЦІЇ, БІЛЬШ ТЕМНІ ТОНИ ОТОЧЕННЯ, НА КОНТРАСТІ ВВЕДЕННЯ ЦІЛИХ ПЛОЩИН ЯСКРАВОГО КОЛЬОРУ

6 ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФАКТОР

СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ

НОВІ АРТ-ОБ'ЄКТИ НА ТИМЧАСОВІЙ І ПОСТІЙНІЙ ОСНОВІ
ЛЕНД-АРТ, ТАЙП-АРТ, ПАБЛІК-МЕДІА-АРТ, ПОП-АРТ ОБ'ЄКТИ, МУРАЛИ, "ГІГАНСЬКІ" СКУЛЬПТУРИ, МІСЬКІ "ІГРАШКИ"
ВІДЕОМЕПІНГ, ПЕРФОРМАНСИ
МОБІЛЬНІ ПЛАТФОРМИ РІЗНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

ФАКТОР ВПЛИВАЄ НА АТРАКТИВНІСТЬ ПРОСТОРІВ, ОЗНАЧЕННЯ ЇХ ЯК УНІКАЛЬНОЇ ЗОНИ В МІСТІ, ЇХ СПРОМОЖНІСТЬ ДО РІЗНИХ ШВИДКИХ АДАПТАЦІЙ

- НЕЗВИЧНИЙ КОЛІР ПОВЕРХОНЬ
- ПЕРБОЛІЗОВАНИЙ МАСШТАБ ДЛЯ ОКРЕМИХ ДЕТАЛЕЙ
- НЕОЧІКУВАНІ АЛЕГОРИЧНІ ЕЛЕМЕНТИ ДЛЯ ВПЛИВУ НА ЕМОЦІЇ ЛЮДИНИ, НЕЗВИЧНА КОМБІНАЦІЯ МАТЕРІАЛІВ
- ПОЄДНАННЯ АКТИВНОЇ І ПАСИВНОЇ ЗОН

МОРГАН ХІЛЛ. ПОП-АРТ ПАРК

Рис. 2.3 Фактори впливу на формування громадських публічних просторів міст сьогодення

7-8 ПРИРОДНИЙ І ЕКОЛОГІЧНИЙ ФАКТОРИ

СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ

ГОЛОВНІ МІСЬКІ ДОМІНАНТИ - РАТУШІ І ХРАМИ
КРИТІ ГАЛЕРЕЇ, НИШІ В ОТОЧУЮЧІЙ ЗАБУДОВІ
ФОНТАНИ, КЛУМБИ, ПАРКЛЕТИ - "ЗЕЛЕНІ" ОСТРІВКИ

ПРИРОДНИЙ - СТАЛИЙ ФОРМОУТВОРЮЮЧИЙ ФАКТОР. ВПЛИВАЄ НА РОЗМІРИ, КОНФІГУРАЦІЮ, КОМПОЗИЦІЮ, МАТЕРІАЛИ, ФАКТУРУ, КОЛІР ПОВЕРХОНЬ ПРОСТОРУ, ЙОГО РОЗТАШУВАННЯ І МІСТОБУДІВНЕ ЗНАЧЕННЯ

ЕКОЛОГІЧНИЙ - ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

- ТІСНЕ ПОЄДНАННЯ ШТУЧНОСТВОРЕНИХ І ПРИРОДНИХ СКЛАДОВИХ МІСЦЯ
- КОМБІНАЦІЯ ВІДКРИТИХ І ЗАКРИТИХ ЧАСТИН ПРОСТОРУ
- НАПОВНЕННЯ "ЗЕЛЕНИМИ" І ВОДНИМИ ЗОНАМИ
- ОБ'ЄКТИ З МАТЕРІАЛІВ ВТОРИННОЇ ПЕРЕРОБКИ
- ВІДНОВЛЮВАЛЬНІ ДЖЕРЕЛА ЕНЕРГІЇ

БЕЛІНГЕМ, ГАРЧЛЕТ

ВЕКІО, КВАДРАТНА СІТКА ДЛЯ БЕЗПЕЧНИХ ЗІБРАНЬ НА ПЛОЩІ ДЖОТТО

ФАКТОР БЕЗПЕКИ 9

СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ

СТАЛІ І НОВІ ПРЕЦЕДЕНТНІ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ. КОЛЬОРОВІ ПАТЕРНИ

ФАКТОР ВПЛИВАЄ НА ФУНКЦІОНАЛЬНЕ І ФІЗИЧНЕ НАПОВНЕННЯ ПРОСТОРІВ, ЇХ УНІВЕРСАЛЬНИЙ ДИЗАЙН, ПОЯВУ НОВИХ ПРЕЦЕДЕНТНИХ ОБ'ЄКТІВ-МЕМІВ

- ВЕЧІРНЄ ПІДСВІЧУВАННЯ ПРОСТОРУ
- ЗРУЧНІСТЬ ПЕРЕСУВАННЯ ДЛЯ ВСІХ
- БЕЗПЕЧНЕ СОЦІАЛЬНЕ ДИСТАНЦІЮВАННЯ
- ВИОКРЕПЛЕННЯ НЕВЕЛИКИХ ПРОСТОРІВ В ЗАГАЛЬНОМУ
- ВІДСУТНІСТЬ ЧИ БЕЗПЕЧНИЙ ПЕРЕТИН ПІШОХІДНИХ І ТРАНСПОРТНИХ ШЛЯХІВ

10 ТЕХНОЛОГІЧНИЙ (ІНФОРМАЦІЙНИЙ) ФАКТОР

СЕМАНТИЧНІ АРХІТЕКТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ

ОБ'ЄКТИ VR ТА AR, "РОЗУМНІ МЕБЛІ"
ЕЛЕМЕНТИ ІНЖЕНЕРНИХ СИСТЕМ ДЛЯ ОТРИМАННЯ ЕНЕРГІЇ ВІД ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ

ФАКТОР ВПЛИВАЄ НА ПОЯВУ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОМФОРТУ ПЕРЕБУВАННЯ ЛЮДИНИ В ГРОМАДСЬКОМУ ПУБЛІЧНОМУ ПРОСТОРІ МІСТА

- ДИСТАНЦІЙНЕ КЕРУВАННЯ РІВНЕМ ОСВІТЛЕННЯ, ВОЛОГИ, ПОГЛИНАННЯ ШУМУ, ЗМЕНШЕННЯ ЗАГАЗОВАНІСТІ ПРОСТОРУ
- ПОЯВА "РОЗУМНИХ МЕБЛІВ"
- ПОЯВА РОБОТІВ-ПОМІЧНИКІВ
- ПОВНА РОБОТИЗАЦІЯ ПРОСТОРІВ МОЖЕ ПРИВЕСТИ ДО ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ ОСНОВ СОЦІАЛЬНОГО ПОРЯДКУ

ВЕСТМІНСТЕР, THE BAILEY STREET FURNITURE GROUP

Рис. 2.4 Фактори впливу на формування громадських публічних просторів міст сьогодення

використання імпортованих матеріалів замість локальних, тощо (рис.2.2). В додаток до цього, прослідковуються приклади облаштування громадського публічного простору через реплікацію вже реалізованих економічно вдалих прийомів і поширення їх на нові в різних країнах світу без врахування їх місцевих визначальних особливостей. І як глобальний наслідок – дефіцит креативу і ініціативи та втрата унікальності і самобутності місця.

З іншого боку, дана проблема викликає зрушення серед небайдужих громадян та некомерційних організацій, що виступають за збереження автентичного культурного спадку місця, його архітектурних і культурних символів, семантичних стереотипів.

Отже, економічний фактор має як негативний, так і позитивний вплив. Він позначається на збільшенні конкуренції за кожен квадратний метр публічного простору. Береться до уваги прибуток, що може принести кожний елемент простору і навіть той прибуток, що принесе цей же елемент у віртуальному просторі. Важливим є брендування території та створення фотогенічного публічного простору, крім того – його наповнення різними функціями, для зацікавлення і залучення до нього більше різних людей і тим самим його реальне оживлення, а потім його віртуальне поширення. При цьому, елементи брендингу можуть стати його новими семантичними стереотипами та потенційними об'єктами-мемами. Проте, такий простір може бути, як візуально, так і функціонально відірваним від загальної тканини міста.

Історико-політичний фактор впливає як на функціональне наповнення громадських публічних просторів, так і їх морфологію. Проявляється через створення нових просторів для проведення спеціальних політичних заходів, які мають чітку конфігурацію, великі розміри, є відкриті для легкого візуального сприйняття інформації. Чи нових просторів пам'яті. Проте такі простори не мають бути монофункціональними, бо це буде означати їх використання лише в певний час та призведе до запустіння. Як позитивний приклад, можна назвати меморіал 9/11 в Нью-Йорку [44] (рис.2.2). Він поєднує в собі, як меморіальну, так і музейну функцію, а за рахунок розташування в парковій зоні є також і місцем відпочинку, що привертає увагу до нього різних людей і забезпечує їх постійну присутність.

Вплив фактору також проявляється через появу у вже існуючих громадських публічних просторах нових об'єктів-символів, пов'язаних з певними персоналіями, чи

об'єктів пам'яті наслідків певних історичних і політичних подій, які стають їх новими семантичними архітектурними стереотипами, і можуть стати об'єктами-мемами. Вони також стають новими місцями тяжіння, формують їх нові композиційні центри, доповнюють морфологію і водночас приносять нову меморіальну функцію, збагачуючи їх функціональне наповнення і підсилюючи значення. Як приклад можна навести меморіал Героям Небесної сотні на розі вулиць Кривоноса та Замкової в м. Львові чи сквер-меморіал ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в м. Києві. Основне значення даних меморіальних громадських публічних просторів, як місць вшанування пам'яті, доповнюється додатковим – як місць для різноманітних соціальних взаємодій. Нові об'єкти-символи доповнюються облаштованими місцями для відпочинку, спілкування, коворкінгу, виступу музикантів, розміщення вуличної галереї художників, видовими та фото-точками, які також можуть бути сформовані об'єктами-мемами. За рахунок введення додаткових функцій, меморіальний простір є активним завжди.

Соціальний фактор

Громадський публічний простір, що пов'язаний тісними соціальними взаєминами, в першу чергу має бути побудований на участі зацікавлених сторін, тобто всіх соціальних груп. Суспільство XXI століття вимагає реалізацію можливостей для будь-кого і наполягає на загальній терпимості, повазі і справедливості.

В громадському публічному просторі міста дана тенденція яскраво проявляється в універсальному дизайні. Універсальний дизайн (близьке поняття до інклюзивного дизайну) відноситься до ідей широкого спектру, призначеного для створення продуктів, будівель і середовищ, які за своєю суттю доступні для літніх людей, людей з інвалідністю та людей з обмеженими можливостями.

Відповідно до позиції Центру з питань універсального дизайну в NCSU (NCSU – North Carolina State University – Державний університет Північної Кароліни) основні принципи універсального дизайну можна сформулювати так: рівноправне використання; гнучкість у користуванні; інтуїтивне та зручне використання; сприйняття інформації незалежно від сенсорних можливостей; мінімізація ризиків та шкідливих наслідків; низький рівень фізичних зусиль; наявність необхідного розміру і простору при підході, під'їзді та

різноманітних маніпуляціях, незважаючи на антропометричні характеристики, стан та мобільність користувача [85].

Вплив цього фактору на формування громадського публічного простору міст сьогодення проявляється у наступному: створенні комунікаційних просторів, пристосованих під використання маломобільних груп населення; появі тимчасових і періодичних об'єктів в залежності від сезону, проведення публічного заходу або з метою урізноманітнення простору; вихід закритих галерей і виставок в громадський публічний простір міста (явище «уявної демократії») з метою надання можливості для митців, архітекторів, активістів виставити свій проект на публічний огляд і привернути цим увагу різних людей до актуального соціального питання; організації місць для громадського обговорення актуальних міських питань, надання своїх пропозицій і побажань. І при цьому з вільним доступом для різних людей, незалежно від їх віку, статусу, фізичних та фінансових можливостей.

Під впливом соціального фактору в громадському публічному просторі міст на тимчасовій або постійній основі з'являються такі об'єкти, як: міські меблі; парклети – для короткотривалого відпочинку; мобільні публічні майданчики (плаваючі платформи, платформи на колесах) – для тривалого відпочинку і проведення вільного часу; відкриті павільйони міських громад, як спроба боротьби з джентрифікацією, де кожна людина може проявити свої творчі здібності, показати свої вміння, чи подивитись або прийняти активну участь у міському дійстві, що в них відбувається; майданчики для міських ігор і активностей, як для дітей, так і для дорослих. Їх можна віднести до нових семантичних стереотипів громадського публічного простору міст, сформованих під впливом соціального фактору (рис.2.2). І вони можуть, за певних обставин, стати об'єктами-мемами.

Історико-культурний фактор

Даний фактор визначає вплив певних культур та їх архітектурних і стильових особливостей на формоутворення, композицію, оздоблення, а також функціональне наповнення громадського публічного простору міста. В залежності від переважного впливу на нього однієї чи різних культур його можна диференціювати як монокультурний чи мультикультурний (рис.2.3).

Традиційний монокультурний громадський простір – сформований під впливом особливостей певної культури, увібравши в свою морфологію, функції і оздоблення всі її здобутки і, таким чином, отримавши певні визначальні регіональні риси і неповторність.

Мультикультурний простір – сформований під впливом різних культур, Може бути історично сформованим (характерний для історичних центрів багатьох міст) чи новим, штучноствореним, як символ якихось культурних подій.

Вплив фактору на формування громадського публічного простору міст завжди проявлявся у появі в ньому архітектурних об'єктів певних стилів, форм і функцій, характерних для певних періодів і культур. Для сьогодення проявляється в активному входженні до громадського публічного простору об'єктів і явищ субкультур, що є космополітичними, а саме: поп-арт об'єктів, муралів, паблік-медіа-арт об'єктів, кінетичних скульптур та малих архітектурних форм, висототехнологічних об'єктів, що мають датчики для вимірювання будь-яких показників оточуючого середовища, тощо. Саме вони, в якості окремих елементів (об'єктів) чи інтегрованих в оточуючі будівлі мають стати новими семантичними архітектурними стереотипами громадського публічного простору міста, сформованими під впливом культурного фактору, і можуть бути чи стати потенціальними об'єктами-мемами.

Національно-релігійний фактор

Вплив фактору, по-перше, проявляється у визначенні типу головної будівлі – храму (костелу, православного собору, мечеті чи синагоги), поруч з яким традиційно і формувався громадський публічний простір міста – храмова площа. І ця домінуюча будівля традиційно була його визначальним семантичним архітектурним стереотипом, що зберігав своє значення та значення даного простору протягом багатьох віків, і наразі є його детермінацією, а отже є сталим.

По-друге, даний фактор також впливав на композицію та колористичне вирішення громадського публічного простору через тяжіння його до закритості і переважно світлих тонів з введенням яскравих кольорів в деталях, що є характерним для південних народів, та відкритого і виконаного в більш темних тонах – для північних народів. Проте наразі, в різних містах, незалежно від національності і віросповідання їх мешканців, в сучасних громадських просторах спостерігається введення цілих площин яскравого кольору, на контрасті з досить

однорідним оточенням, що сприяє приверненню уваги і залученню до нього людей [31]. При чому досить часто такий прийом спостерігається саме в північних містах. Як приклади, можна навести ландшафтний парк «Superkilen» в Копенгагені [189], «Festival Ephemeral Gardens» в Квебеці [146], «Cultural Center Rozet» в Арнемі [140]. Отже введення контрастного яскравого кольору в окремих деталях слід віднести до сталих семантичних стереотипів громадського публічного простору, а його трансформацію на цілі поверхні – до нових, що стали архітектурними мемами (рис.2.3).

Природний фактор (рис.2.4)

Традиційно вважається головним і найбільш сталим формоутворюючим фактором. Розміри, конфігурація, композиція, матеріали, фактура і колір поверхонь, а також містобудівне значення громадського публічного простору міста завжди залежали і визначалися, в першу чергу, природним контекстом місця: наявністю чи відсутністю складного рельєфу, рослинності, водойм; певними кліматичними умовами. В залежності від них громадський публічний простір міста був повністю відкритим чи мав відкриті і закриті частини для забезпечення комфортного перебування в ньому людей, незважаючи на певні погодні умови (так, наприклад, в містах зі спекотним кліматом традиційними є айвани – ніші в фасадах оточуючої відкритий простір забудови, закриті від сонця; внутрішні дворики, що забезпечують тінь і прохолоду; для міст з великою кількістю опадів найбільш актуальними є криті галереї, що влаштовувалися на першому поверсі формуючої вулиці і площі забудови, для захисту людей від несприятливих погодних умов). Наразі вони є об'єктами-мемами – актуальні для різних просторів в різних містах.

Громадський публічний простір міста мав складну конфігурацію і відкриту композицію – при розташуванні на рельєфі (як приклад, можна навести площі в Лісабоні, Брюсселі, Римі з терасним розташуванням виокремлених майданчиків для різних міських активностей на них), переважно закриту – при розташуванні на рівнинній поверхні (прикладом може бути історичний центр міста Замость в Польщі, де три площі-ринки з закритою композицією, нанизані на спільну торгівельну вісь-вулицю), мав тісне поєднання штучностворенної і природної складових місця (прикладом також може бути площа «Водний ринок» в Замості). Певні кліматичні умови також визначали морфологію фасадів і дахів оточуючої забудови, колір і матеріали їх поверхонь та оздоблення простору. Головні

громадські публічні простори міста традиційно були прив'язані до головних міських доміант, розміщалися біля них, а отже – у найвищих частинах міст чи на пагорбах (при розміщенні міста на рельєфі) або біля водойм (за їх наявності). І ці головні міські доміанти, які прослідковувалися з різних частин міста, ставали визначальними семантичними архітектурними стереотипами цих просторів. Прикладом слугують ринкові і храмові площі в історичних містах, з їх традиційними доміантами – ратушами і храмами, в якості семантичних архітектурних стереотипів даних громадських публічних просторів. Причому, і наразі вони залишаються ними, як сталі.

Екологічний фактор (рис.2.4)

Вплив фактору виявляється у більш вдумливішому ставленні людини до ресурсів, як місцевих, так і глобальних; заохоченні до економії невідновлюваних природних джерел; розповсюдженні принципів сталого розвитку – коли економічне зростання, матеріальне виробництво і споживання, а також інші види діяльності суспільства відбуваються в межах, які визначаються здатністю екосистем відновлюватися, поглинати забруднення і підтримувати життєдіяльність теперішніх та майбутніх поколінь [89].

У формуванні громадського публічного простору міст сьогодення вплив фактору проявляється через створення в ньому об'єктів з матеріалів вторинної переробки, а також їх використання у оздобленні його штучних поверхонь. Вживлення в будь-якій його об'єкт чи поверхню (від навісів, лавочок, сходів, покриття тощо) інженерних систем, що трансформують енергію сонця, вітру, землі, води в електроенергію, яка іде на забезпечення його функціонування та безпечного і комфортного перебування людей в ньому.

Актуальним також є винесення чи обмеження автомобільного руху в громадському публічному просторі, його наповнення «зеленими» і водними зонами для трансформації в переважно пішохідний простір і «зону чистого повітря».

Отже, малі архітектурні форми (фонтани, клумби, парклети тощо), що організують «зелені» та водні острівки для рекреації, перепочинку, комфортного проведення часу в колі друзів чи наодинці, спостерігаючи за тим, що відбувається навколо, можна віднести до семантичних архітектурних стереотипів громадського публічного простору, сформованих під впливом екологічного фактору, які стали об'єктами-мемами.

Технологічний (інформаційний) фактор (рис.2.4)

Вплив фактору проявляється через нові технології, що використовуються для покращення життя громадянина і підвищення комфорту його перебування в громадському публічному просторі міста. Розумні технології (як позитивний вплив фактору) покликані звільнити час, що наразі витрачається на буденні справи для більш важливих процесів. Проте все більше задіяння штучного інтелекту і повної роботизації публічного простору приведе до «рентного капіталізму», коли більша частина людей стане зайвою, та переосмислення основ соціального порядку (як можливий негативний вплив фактору).

Концепція «розумного місця» передбачає залучення інтернету, елементів штучного інтелекту та автоматизованих систем в громадський публічний простір міста. Наприклад, за допомогою мобільного додатку можна дистанційно керувати рівнем освітлення, вологості, шуму та загазованості простору. Іншим прикладом може бути поява в громадському публічному просторі «розумних меблів», які будуть підлаштовуватися під фізіологічні особливості кожної людини, а також роботів-помічників. Це цілком має підвищити рівень комфорту проведення людиною свого вільного часу в місті.

Такі нововведення в громадському публічному просторі під впливом технологічного фактору згодом мають стати його новими семантичними стереотипами і об'єктами-мемами при їх дієвості і тиражуванні та релевантності для інших місць.

Фактор безпеки (рис.2.4)

Є особливо актуальним, починаючи з 2020 року, що пов'язано з пандемією COVID-19 і необхідністю нових додаткових заходів безпеки в місцях з великою кількістю людей.

Фактор впливає на функціональне і фізичне наповнення просторів, їх універсальний дизайн, появу нових прецедентних об'єктів-мемів в них.

Вплив фактору можна спостерігати у створенні вечірнього підсвічування простору; забезпеченні зручності пересування для всіх в ньому через мінімізацію сходів, їх дублювання чи заміну на пандуси; відсутності чи безпечному перетині пішохідних і транспортних шляхів в ньому; виокремленні невеликих просторів з різними функціями у загальному цілому; а також у підтриманні безпечного соціального дистанціювання.

І саме об'єкти простору, що надають людині відчуття безпеки в ньому можуть бути віднесеними до його семантичних стереотипів, створених під впливом даного фактору, та можуть стати об'єктами-мемами при тиражуванні і релевантності для інших місць.

Психологічний фактор (рис.2.3)

З психологічної точки зору у формуванні громадських публічних просторів міст велику роль грають різні пріоритети в них для різних людей. Пріоритети формують вимоги-потреби до цих просторів. Задоволення або не задоволення потреб є індикатором подальшої їх життєздатності та позитивного або ж негативного відгуку про них. Згідно з авторським дослідженням, професійна занятість та настрої мають не таке сильне та стабільне відбиття на фінальній оцінці простору, як персональні риси характеру та вік [30].

Відповідно до дослідження Н. В. Богачева та Е. В. Сівак «Міфи про «покоління Z» [13], люди, що народилися і зростають в оточенні високих технологій (покоління Z – дата народження після 1995 року), звичні до життя паралельно, як у віртуальному інтернет-світі, так і в реальності, коли для більш старших людей прийняти такий образ життя та мислення зовсім не просто. Пріоритети та потреби саме покоління Z, а також перехідного покоління міленіалів (покоління X – з датою народження після 1985 року) наразі активно змінюють функціональне та об'єктне наповнення публічних просторів міст.

Якщо орієнтуватися на потреби цих поколінь, то громадські публічні простори міст з психологічної точки зору переживають декаданс. Окремий городянин (переважно покоління Z та X), переміщаючись по сучасним публічним просторам, сконцентрований здебільшого на собі, або на віртуальному світі в своєму смартфоні. Медіа, ЗМІ, соціальні мережі, реклама, зростаюча кількість ігор і додатків в телефонах, нові види комунікацій націлені на те, щоб привернути увагу потенційних покупців продукту (будь це щось матеріальне або навіть інформація), і загалом сприяють втраті концентрації. Більше того, розосереджена людина постійно поспішає, у неї немає часу. Більшість послуг, за якими колись вона ходила сюди, спеціально на цю площу, тепер у неї в руці, в додатку з доставкою додому. Обмін емоціями і враженнями між друзями і близькими проходить у відео-месенджерах або в чатах, використовуючи штаповані символи (анімодзі і гіфки). Це спричинює те, що часто немає приводу ні креативно мислити, ні виходити на вулицю. Таким чином, відкритий простір міст для такої людини являє собою найчастіше вимушений

і невиразний транзит між точками А і Б (між точками, де вона буде знову на зв'язку в мережі Інтернет). Архітектура, яка повільно споруджується і мало змінюється, все частіше не може конкурувати з фантастичним світом відео-гри, з рухливим і постійно мінливим Інтернет-світом, що є все більш деталізованим, захоплюючим і більш «дружнім» у порівнянні з реальністю [32]. Мало того, у відео-грі людина володіє надздібностями, в соцмережах вона може приміряти на себе будь-якій образ і бути набагато більш впевненою, ніж в реальному світі. Багато молодих людей в розвинутих країнах світу на цьому підґрунті добровільно стають на шлях соціальної ізоляції (особливо це поширено в країнах Азії та в США) й більше не потребують контакту з реальним громадським публічним простором.

Така «картина» є не надто оптимістичною для активності і життєздатності реальних громадських публічних просторів в очах покоління Z і X та, можливо, і майбутніх поколінь. Щоб привернути увагу цих людей, реальний простір має чимось вражати і бути спроможним для різних швидких адаптацій. Вплив фактору проявляється через створення акцентів, вигадкування історій, образів, наративів для більш цікавого сприйняття простору. Означення його, як унікальної зони в місті через: фарбування поверхонь в певний незвичний колір; застосування гіперболізованого масштабу для окремих елементів чи деталей; появу неочікуваних алегоричних, подекуди безглузких елементів, як засобу маніпулювання емоціями глядача.

За таких обставин, в ньому мають виникати принципово нові арт-об'єкти на тимчасовій або постійній основі. Яскравий і кричущий паблік-арт, ленд-арт, тайп-арт, медіа-арт, гігантські скульптури, міські «іграшки», мурали, інсталяції, відеомепінг, перформанси, поп-апи, що вистрибують із-за рогу, хаотично розкидані вуличні меблі, мобільні платформи різного призначення, об'єкти з незвичною комбінацією матеріалів та фактур. Вони символізують зміни, що відбуваються з суспільством під впливом сучасної глобалізованої культури і стають об'єктами-мемами.

Саме ці зміни заохочують до нових функцій, нової архітектури і нових громадських публічних просторів (або об'єктів в них), які будуть актуальні для городянина. Причому вони не створюються з метою виключно милування і фотографування. Нові об'єкти-меми, якими насичується простір, йдуть на контакт з перехожим, дають знання, емоції, впливають на настрій, привертають увагу з можливістю персоналізації реакції для будь-якого члена

суспільства. Більше того, при всіх своїх динамічних властивостях і адаптивності, ці об'єкти є релевантними до місця, оригінальними і функціонально-виправданими, реалізуються з бережливим відношенням до оточуючого середовища та обґрунтованим використанням матеріалів для виготовлення.

Загалом, виділені в даному підрозділі об'єкти-меми, як умовно надконтекстні семантичні архітектурні стереотипи громадських публічних просторів міст, стануть підосновою для здійснення їх класифікації, запропонованої в п. 2.4.

І підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити характерні для сьогодення наступні особливості щодо запропонованих в даному дослідженні складових громадського публічного простору міста – «Місця», «Людей», «Мети», «Дії». Обов'язкова складова «Люди» наразі не має чіткої прив'язки до конкретної професії. Вони отримують свободу у висловленні думки і світосприйнятті, релігії, політичних і етичних поглядів, орієнтації тощо. Людина ХХІ століття звільнена від упереджень і має більше можливостей реалізуватися в порівнянні з її попередниками. Для складової «Місце» наразі є актуальним і небезпечним можливість поступово втратити унікальність, з домінуванням ТНК в світовій економіці, заміні традицій на стандартизацію та тиражування, як окремих об'єктів, так і цілих публічних просторів та їх космополітичного відтінку. Для «Місця» також є тенденція зміщення від реального, фізично відчутного, в паралельний і віртуальний інтернет-простір. «Мета» сучасних громадських публічних просторів все ще відрізняється в країнах різного рівня розвитку, хоча і тяжіє до єдиного знаменника. Посилаючись на дослідження антрополога С. Лоу «Пласа. Політика громадського простору та культури» [68], слід відзначити, що в Північній Америці «Мета» диктується переважно комерційною спроможністю простору, в Південній – збереженням звичаїв і традицій, в Європі – балансом між «американізацією», штампуванням і історико-культурними спадком, в країнах Азії – підтриманням релігійно-культурної самобутності, в арабських країнах громадський публічний простір наполегливо виступає релігійно-політичним диктатором. «Дії» в громадському публічному просторі міста взаємозалежні з «Метою», проте, в порівнянні з минулими століттями, діапазон функціональних можливостей та особистої свободи в ньому збільшився в багато разів.

2.3 Етапи «мемізації» об'єктів і визначальні характеристики об'єктів-мемів

У першому розділі даного дослідження було визначено об'єкти-меми, як умовно надконтекстні семантичні архітектурні стереотипи громадського публічного простору міста. Для того, щоб краще зрозуміти їх природу і значення для громадського публічного простору міста, узагальнити етапи їх появи в ньому та виділити їх визначальні характеристики (завдяки яким певний архітектурний об'єкт може стати об'єктом-мемом), в даному підрозділі запропоновано порівняльний аналіз «реальних» фізичних об'єктів-мемів з інтернет-мемами – одиницями інформації, як такими, що мають короткий життєвий цикл, і які набагато простіше відстежити.

До визначальних характеристик об'єктів-мемів пропонується віднести наступні: прецедентність появи; об'єктивність; реплікативність; універсальність (незалежність від контексту); «вірусність» (легке і швидке розповсюдження); показову демонстративність; емоційну реверсивність; релевантність для різних місць; публічність; довговічність (темпоральність); оригінальність; спрощеність; космополітичність; динамічність (кінетичність) та інтерактивність. Їх було детерміновано як головні (перші п'ять) та додаткові (останні десять). Головні – привязані до етапів «мемізації» об'єктів (рис.2.5, 2.6, 2.7).

Також можна узагальнити і виділити наступні **чотири етапи «мемізації» об'єктів** – появи об'єктів-мемів (трансформації певних архітектурних об'єктів в об'єкти-меми): I – «прецедентний феномен»; II – «дієвість і тиражування»; III – «очищення від контексту»; IV – «вірус» або «смерть» (рис.2.5).

Далі детально щодо визначальних характеристик об'єктів-мемів.

Прецедентність появи («прецедентний феномен» – I етап «мемізації»)

Зазвичай, інтернет-мему передуює поява певної інформації в мережі інтернет (інфопривід). Вона може бути пов'язана зі значущою новиною, соціальною чи політичною подією, зачіпати відому людину, бути елементом фільму, книги, гри або іншої аудіо-візуальної продукції. Тобто, інтернет-мем завжди містить в собі інформацію про джерело його зародження. Він виникає в публічному просторі



Рис. 2.5 Етапи «мемізації» об'єктів. Головні визначальні характеристики об'єктів-мемів



Рис. 2.6 Додаткові визначальні характеристики об'єктів-мемів

10	ДОВГОВІЧНІСТЬ (ТЕМПОРАЛЬНІСТЬ)	
ЗДАТНІСТЬ ПЕРЕЖИТИ БАГАТО ТРАНСФОРМАЦІЙ І ЗАЛИШИТИСЯ АКТУАЛЬНИМ ДЛЯ СЬОГОДЕННЯ		МЮНХЕН. СХОДИНКИ НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕАТРУ НА МАКС-ЙОЗЕФ-ПЛАЦ
<p>СТАЛІ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ</p> <p>ВІДСУТНІСТЬ ОБМЕЖЕННЯ ЗА ВІКОВИМ, ГЕНДЕРНИМ, НАЦІОНАЛЬНИМ, КУЛЬТУРНИМ ПОКАЗНИКАМИ</p> <p>ДОРЕЧНІСТЬ І ПРИЙНЯТНІСТЬ АБСОЛЮТНО ДЛЯ КОЖНОГО, НЕЗАЛЕЖНО ВІД СИТУАЦІЇ І ЧАСУ</p>		
11	ОРИГІНАЛЬНІСТЬ	
СПРИЯЄ ЛЕГКОСТІ ЗАПАМ'ЯТОВУВАННЯ		ЛОНДОН. ПАРКЛЕТ ЗА ДИЗАЙНОМ WMB STUDIO
		
12	СПРОЩЕНІСТЬ	
КОГНІТИВНА ЛЕГКІСТЬ		ЛОНДОН. МЕМОРІАЛ-ФОНТАН ДІАНИ
ЛЕГКЕ ВІЗУАЛЬНЕ СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ І ПРОСТОТА ТИРАЖУВАННЯ		
<p>ДОДАТКОВА ДО ВІРУСНОСТІ</p>		5
13	КОСМОПОЛІТИЧНІСТЬ	
АКТУАЛЬНІСТЬ ДЛЯ РІЗНИХ КУЛЬТУР		НЬЮ-ЙОРК. ІНСТАЛЯЦІЯ "LUMINARIES LIGHT" В БРУКФІЛД ПЛЕЙС
		
ВПЛИВАЄ НА МОЖЛИВІСТЬ АДАПТУВАТИСЯ ДО БУДЬ-ЯКОГО КОНТЕКСТУ І ПРИЖИВАТИСЯ В НЬОМУ		
МОЖЕ СПРИЯТИ ВТРАТІ ІДЕНТИЧНОСТІ ПРОСТОРУ		
<p>ДОДАТКОВА ДО УНІВЕРСАЛЬНОСТІ</p>		4
14	ДИНАМІЧНІСТЬ	
КІНЕТИЧНІСТЬ, РУХОМІСТЬ, ЗДАТНІСТЬ ВЗАЄМОДІЯТИ З ЛЮДИНОЮ		
15	ІНТЕРАКТИВНІСТЬ	
ІММЕРСИВНІ ІНСТАЛЯЦІЇ НА ПЕРЕТИНІ МИСТЕЦТВА, НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ		

Рис. 2.7 Додаткові визначальні характеристики об'єктів-мемів

інтернету при зіткненні думок багатьох людей і спонтанній появі вдалого опису, фрази, коментаря – першої асоціації від самого прецедента «мема». Ним нерідко стає і сама подія без додаткового втручання сторонніх людей. Так виглядає перший етап «мемізації» інтернет-мему.

В громадському публічному просторі міста появи будь-якого архітектурного об'єкта (потенційного об'єкта-мема) передусе воля замовника-спонсора. Вона теж може бути пов'язана з подією чи з гострою соціальною проблемою, новиною, або бути просто власним бажанням. Проте, зародження нового архітектурного об'єкта-мема не є спонтанним явищем. Інтернет-мем може набути популярності навіть в перші хвилини існування, так як віртуальним простором (за виключенням закритих форумів, груп, чатів, відеострімів) ніхто не володіє. Це дає більшу свободу і швидкість в поширенні інформації та безпосередньої реакції на неї. На відміну від інтернет-простору, в реальності громадський публічний простір є обов'язково в чийомусь володінні (держави, міста, громади). І попри те, що він є доступним для всіх для вільного перебування в ньому, вносити зміни в ньому можуть далеко не всі. І, навіть, якщо громада певного району відвоювала право на незалежне втручання у локальний громадський публічний простір, у фізичній появі будь-якого об'єкта в ньому, як правило, немає випадковості. Перед його появою першочергова ідея коректується з врахуванням бюджету, задіяних матеріальних і фізичних ресурсів, тощо. Варто також зазначити, що часовий проміжок між виникненням прецеденту (бажання, наказу, оформлення проекту, отримання дозвільних документів в багатьох інстанціях, тощо) та реалізацією потенційного об'єкта-мема може бути дуже тривалим.

Отже, «мемізації» будь-якого об'єкта передусе певний прецедент, а саму прецедентність появи можна віднести до першої визначальної характеристики об'єкта-мема.

Об'єктивність і реплікативність («дієвість і тиражування» – II етап «мемізації») (рис. 2.5)

Другим етапом «мемізації» певної одиниці інформації у віртуальному інформаційному просторі є розповсюдження шляхом копіювання-тиражування.

Найчастіше, розповсюдження і швидкий ріст захопленої аудиторії (людей, що побачили дану інформацію) відбувається за рахунок копіювання першочергового прецеденту однією людиною (ретранслятором), яка користується відомістю, впізнаваністю в Інтернеті.

Звідси слідує невтішний висновок – в інтернет-просторі абсолютно все може перетворитися в мем, навіть те, що не повинно було б перетворюватися в нього. І на цьому етапі теж помітна домінуюча роль суб'єктивності і випадковості.

Щодо реальних фізичних об'єктів-мемів у громадському публічному просторі, їх тиражування відбувається набагато повільніше. Після появи нового об'єкта, що може стати об'єктом-мемом, у просторі (виставленні його на широкий загал), спочатку переконуються в його дієвості (в тому, що зміст, закладений в нього, виправдовується, і він є функціональним). Наприклад, якщо взяти боллард, то до його тиражування спочатку відбулося засвідчення, що він виконує свою місію в просторі – обмежує проїзд машин, і інші люди без пояснень розуміють його функцію. Таким чином, тиражування у реальному фізичному просторі залежить не від однієї людини, а від загального враження по відношенню до дієвості об'єкту. Однак, велику роль в затримці тиражування відіграє і бюджет для створення копій.

Отже, об'єктивність і реплікативність можна виділити як другу і третю визначальну характеристику реального фізичного об'єкта-мема.

На даному етапі «мемізації» віртуальний та фізичний простори можуть перетинатися. Це відбувається тоді, коли об'єкт фізичного простору фотографується, знімається на відео, сканується, і інформація про нього набагато швидше поширюється мережею інтернет.

Універсальність («очищення від контексту» – III етап «мемізації»)

Після виникнення в конкретних умовах, як певна одиниця інформації, так і певний фізичний об'єкт мають пройти реплікацію та отримати незалежність від конкретної ситуації – місця, тим самим перетворитися в безконтекстні («очищені від контексту»), які можуть бути використаними в зовсім інших обставинах, іншому місці, але при цьому не втратять свій зміст. Крім того, вони можуть додатково набути ще іншого значення, не втрачаючи свого головного змісту.

Отже, можна виділити ще одну визначальну характеристику об'єкта-мема – його універсальність, завдяки якій він може бути вписаний в будь-який контекст і бути там актуальним.

«Вірусність» («вірус» або «смерть» – IV етап «мемізації») (рис. 2.5)

Даний етап слід виділити як заключний і верифікаційний у «мемізації» об'єкта. Саме він визначає, чи здатний цей об'єкт стати об'єктом-мемом – після набутої популярності досить швидко поширитися та прижитися в різних місцях, стати там релевантним і далі привносити резонанс, чи його популярність буде актуальною тільки в певному визначальному контексті. А отже він залишиться детермінантою цього місця і не стане об'єктом-мемом.

«Вірусність» – в даному контексті визначена, як здатність об'єкта-мема легко і швидко розповсюджуватися та приносити резонанс.

В контексті «вірусної» інформації, що переносить інтернет-мем, найкраще підходить порівняння з рядками пісні, які неможливо викинути з голови. Для інтернет-мему є декілька рецептів, що допомагають просувати цю одиницю інформації та створювати резонанс в мережі інтернет. По-перше, це контент (інфоматеріал), що будь-яким способом привертає увагу аудиторії. В приверненні уваги грає роль, як привабливий заголовок, інтригуюча текстова частина, візуальний складник (інфографіка, зображення, анімація, відео), так і провокування емоцій. Гра на емоціях може бути, як позитивного, так і негативного характеру, бо негатив швидше і набагато міцніше об'єднує людей. Другим рецептом працює «сторітелінг», і найкраще всього, не знеособлена розповідь, а від імені конкретної людини. Крім того, увагу аудиторії можна утримувати через додавання нових подробиць, інтригування, використання реклами і породження конфлікту.

«Вірус» для архітектурного об'єкта-мема працює схожим чином. Об'єкт простору, скандальний ще на стадії проекту, гарантовано приверне увагу містян і буде користуватися популярністю в перший місяць-два після реалізації. Щоб зберегти ажіотаж і розпочати тиражування, слід підживлювати здобуту славу ззовні – залучити відомих людей у розповідь про сам об'єкт, задіяти елемент простору в рекламних кампаніях, зйомках,

репортажах, конкурсах, публікаціях у відповідних онлайн виданнях до того моменту, поки цей об'єкт не побачить людина-ретранслятор. «Вірусність» об'єкта також залежить від таких його особливостей (характеристик), як: чи викликає він сильні емоції та довіру при взаємодії з ним (емоційна реверсивність) або чи відзеркалює він свою суть за допомогою простих архетипів (спрощеність)? Архетипами є образи, певні характеристики та якості, що закарбовані в людську психіку, і є універсальні, тому ми відразу розуміємо їх на рівні інтуїції. «Вірусність» можна віднести ще до одної головної визначальної характеристики об'єкта-мема.

Отже, наведені вище п'ять визначальних характеристик об'єкта-мема тісно пов'язані і обумовлені узагальненими етапами його появи – «мемізації» об'єкта, тому і мають схожі з цими етапами назви. Крім них, виділених, як головних, до визначальних характеристик об'єкта-мема також слід віднести наступні, детерміновані, як додаткові.

Показову демонстративність у передачі-зберіганні культурної інформації пропонується виділити, як першу в даній категорії (рис. 2.6).

Меми – це носії певної культурної інформації, що швидко та невимушено запам'ятовується та передається. Дуже часто виникає питання: меми, взагалі, виникають зовні, як реакція на процеси в історії і культурі та обробка і інтерпретація їх по-своєму, або меми – продукт внутрішньої мозкової діяльності? Як би там не було, але виходячи з першого пункту даного аналізу – «прецедентний феномен», де було зазначено, що мем завжди містить в собі інформацію про джерело його зародження, стає очевидним факт, що він є носієм певної історії, що його й створила, і яку він показово демонструє.

Архітектурний об'єкт-мем, на відміну від віртуального інтернет-мема, має тенденцію більше демонструвати історію прогресу людства або нові види діяльності, що потрібно вживити в громадський публічний простір в зв'язку з новими соціальними, культурними, економічними або іншими обставинами. В багатьох випадках причиною для введення об'єкта-мема в певний простір, є недостатньо активне функціональне використання чи невикористання взагалі останнього або відсутність певних мінімальних звучностей для перебування людини в ньому. Отже, архітектурний об'єкт-мем націлений на привернення

уваги людини до чогось і залучення її в певний простір та підвищення комфорту перебування в ньому, і тим самим його активізацію.

Інтернет-мем, зазвичай, має комедійний, шокуючий, провокаційний відтінок або виражає демонстрацію чорного гумору по відношенню до інфоприводу – так інформація з більшою вірогідністю буде чіпляючою і швидше тиражуватиметься. Архітектурний об'єкт-мем теж привертає до себе увагу за рахунок одного зі своїх завдань – справити враження, що втілюється через його показну демонстративність. Вона може проявлятися при застосуванні наступного: 1) гіпермасштабу деталі; 2) яскравого кольору, на контрасті з оточенням; 3) незвичного матеріалу оздоблення (наприклад «зеленого» фасаду будівлі, який несе екологічний посил простору) тощо. При цьому враження має бути позитивним.

Доповненням до вищенаведеної «показової демонстративності» об'єкта-мема може слугувати виділена наступна його визначальна характеристика – здатність викликати сильний емоційний відгук у споживача.

Емоційна реверсивність (здатність викликати емоційний відгук) (рис. 2.6)

Як уже зазначалося, не будь-яка інформація здатна стати інтернет-мемом. В процесі «мемізації» приймає участь тільки та особлива одиниця інформації, що актуальна багатьом, частіше, на злободенну тему з комічним, наболілим, агресивним, абсурдним і, головне, провокуючим на бажання поділитися змістом (візуально, найчастіше, це суміщення фото чи відео з різким написом). Дуже важливим також є ступінь її універсальності, що визначає спроможність стати релевантною в будь-якій ситуації.

У випадку фізичного об'єкта-мема, в процесі подальшого розповсюдження бере участь тільки функціональний, корисний, обов'язково візуально привабливий об'єкт (на відміну від інтернет-мема, яким може стати і візуально відразливий), що легко запам'ятовується. Об'єктом-мемом також може стати унікальна авторська робота, яку здебільшого видозмінюють в іншому контексті і просторі (як репліка), проте її зміст буде актуальним, і вона буде здатною викликати сильний емоційний відгук уже у інших споживачів. Отже, залишається

непорушним правилом: об'єктом-мемом не стане фізичний об'єкт простору без сильного емоційного відгуку з боку споживачів цього простору. Тому емоційну реверсивність запропоновано, як ще одну визначальну характеристику архітектурного об'єкта-мема.

Релевантність для різних місць – слід виділити, як наступну визначальну характеристику об'єкта-мема. Детермінується, як його здатність зберігати привнесене значення і актуальність в будь-якому місці, в різних ситуаціях. Релевантність певного об'єкта-мема в свою чергу неможлива без емоційної реверсивності та показової демонстративності. Якщо він однаково буде привертати увагу та викликати емоційний відгук у різних людей в певному місці, то і його оригінальна локація не буде мати значення. Прикладом можуть бути загнуті екрани з 3D інсталяціями (паблік-медіа-арт) на глухих фасадах будівель, що формують вулиці чи площі, чи «зелені фасади» таких же будівель.

Дана визначальна характеристика об'єкта-мема пов'язана і слугує, як доповнення до його четвертої основної визначальної характеристики – універсальності.

Публічність (рис. 2.6)

Інтернет-меми – це винятково публічний феномен з самого початку. Вони не можуть існувати без носіїв (людей) і, в протилежному випадку, помирають. В цілому, меми є паразитуючою і несамостійною одиницею інформації з постійною потребою в енергетичній підзарядці. Причому, енергія повинна надходити не від однієї людини (автора), а зачіпати, як можна, більше осіб. Інформація, будь це пост в соціальних мережах чи новий тип вуличних меблів в публічному просторі, потребує дискусії, суперечок і скандалів, щоб подовжити своє життя і поширитися якомога далі.

З архітектурної точки зору це порівнюється з реакцією публіки на відкриття нової малої архітектурної форми. Чим більше людей вступають в контакт з даним об'єктом простору (візуальний, тактильний тощо), тим більше відбувається переінакшення оригінальної ідеї, посилю автор, і об'єкт обростає народними назвами, асоціаціями, описаннями та сенсом. З плином часу і зміною культурних парадигм даний об'єкт може, як перетворитися в туристичний атрактор, реплікуватися в інших обставинах, місці і в

змінений формі, так і повністю втратити свою значимість. Тобто доля фізичного об'єкта-мема є цілком в руках публічного схвалення чи осуду. Поступова втрата цікавості до нього призводить до втрати його значимості, а отже, смерті, як мема. Тому публічність віднесено до визначальних характеристик об'єкта-мема, бо з її втратою він перестає існувати, як мем.

Довговічність (темпоральність) (рис. 2.7)

Цифрове життя інтернет-мема, як правило, недовготривале. Є момент хаотичного, непередбачуваного зародження, ріст охопленої аудиторії, піковий момент популярності і швидке затухання шляхом його витіснення більш новими та актуальними. Після цифрової «смерті» мем продовжує нести в собі інформацію про окремий період своєї популярності, проте уже в дуже звужених колах. Його використання в повсякденній, особливо молодіжній, віртуальній комунікації показує людину, як «застарілу», і ту, що не слідує за змінами в Інтернет середовищі.

З архітектурним об'єктом-мемом ситуація значно складніша. По-перше, темп розповсюдження інформації дуже відрізняється у віртуальному і реальному просторах, а тому фази «нове – актуальне – набридає чи виходить з моди – помирає» дуже розтягнуті в часі для фізичного простору. А останньої фази «життя» об'єкта-мема може не бути взагалі. Це доводиться тими об'єктами-мемами простору, що були сформовані багато років тому, і дотепер не втрачають своєї актуальності. Наприклад, сходи і лавки, фонтани і клумби – об'єкти, що пережили багато трансформацій і доповнень, проте їх основний зміст, значення та функція залишаються сталими і актуальними для сьогодення. Їх кількість і ступінь розтиражованості в громадських публічних просторах міст дуже висока. Для них відсутні обмеження за віковим, гендерним, національним, культурним показниками, тому що їх доречність є прийнятною абсолютно для кожного, незалежно від ситуації і часу. Отже, довговічність (темпоральність) можна виділити як наступну визначальну характеристику архітектурного об'єкта-мема.

Оригінальність (сприяє легкості запам'ятовування людиною) (рис. 2.7).

Дана визначальна характеристика діє разом з наступною – спрощеністю. Це пояснюється тим, що занадто оригінальний об'єкт є складним для «тиражування»,

а отже може і не стати об'єктом-мемом. До того ж, занадто оригінальний об'єкт, що виражає зміст, який не є можливим для розшифрування, пояснення, невимушеної передачі від людини до людини, може в результаті залишитися унікальною художньою роботою і не переступити на щабель об'єкта-мема за рахунок своєї складності.

Спрощеність (когнітивна легкість) (рис. 2.7)

Основною задачею будь-якого інтернет-мема є трансляція інформації, новин, емоційного посилення в спрощеному, зрозумілому вигляді, щоб покрити якомога більшу аудиторію. За структурним типом меми бувають двоскладні, персональні, синтаксичні, ситуативні та комперативні. Такий поділ обумовлений виділенням його частини, що несе основне смислове навантаження (будь це одне зображення, фраза, комікс або декілька зображень). При цьому той зміст, що вона несе має бути легко зрозумілим та інтуїтивно читабельним.

Відповідно у кожного фізичного об'єкта-мема є основна смислова частина і допоміжна. Короткий зміст, сигнал, знак або конкретне спонування до дії може бути прихованим в форму, силует, обриси, фактуру, текстуру, колір чи іншу його характеристику, яка легко сприймається, зрозуміла для всіх за значенням і чітко показує його призначення. Наприклад, тактильні наземні вказівники на тротуарах та пішохідних доріжках, як кольором, так і фактурою сигналізують про своє значення в просторі і про можливі дії по відношенню до них.

Отже спрощеність слід віднести до ще одної додаткової визначальної характеристики об'єкта-мема. Вона обумовлюється, як необхідністю легкого візуального сприйняття людиною інформації, що несе в собі цей об'єкт, так і простотою його тиражування. Через це, тісно пов'язана з п'ятою, основною, визначальною характеристикою об'єкта-мема – «вірусністю».

Космополітичність (актуальність для різних культур) (рис. 2.7)

Запропонована, як наступна визначальна характеристика об'єкта-мема, бо впливає на його можливість швидко адаптуватися до будь-якого контексту і приживатися в ньому та, взагалі, бути умовно надконтекстним. Може виступати, як доповнення до універсальності, яку було виділено, як одну з його основних визначальних характеристик.

Проте космополітичність не можна назвати однозначно позитивною характеристикою, тому що вона може сприяти втраті ідентичності простору. Її позитивна складова проявляється в тому, що об'єкт може бути релевантним для різних культур чи легко трансформуватися певним чином під їх особливості. Як приклад, слід виділити навігаційні об'єкти-меми, які мають бути зрозумілими для всіх, незалежно від місця розташування.

Також, як приклад можна навести розмітку громадських публічних просторів під час пандемії COVID-19. Впродовж останнього десятиріччя їх будували, як безбар'єрне міське середовище, але в складній ситуації ця концепція зазнала змін і доповнень. Після виходу з карантину відвідувачам парків і площ потрібні були нові способи дотримання безпеки – дистанціювання, засоби особистого захисту і знезараження середовища. Тому космополітичним об'єктом-мемом, що підпадає під визначення умовно надконтекстний, стала впроваджена графічна і тактильна структура на горизонтальних площинах просторів. Наприклад, півтораметрова розграфка площ з колами на перетинах квадратів або графічний розподіл шляхів на входах і виходах в парках. Подібна структура з дещо зміненим дизайном знашла своє застосування в багатьох країнах світу, ставши об'єктом-мемом.

Динамічність (кінетичність) та інтерактивність (рис. 2.7)

Виділені, як визначальні характеристики об'єктів-мемів, що можуть вважатися найбільш актуальними для сьогодення. У громадському публічному просторі міста наразі все частіше можна спостерігати об'єкти, що привертають до себе увагу за рахунок своєї динамічності чи інтерактивності (рухомі, інтерактивні об'єкти, з якими взаємодіє перехожий). Як приклад, слід навести іммерсивні інсталяції на перетині мистецтва, науки та технології. Причина даного явища криється, як у загальному пришвидшенні темпів життя в місті, пришвидшенні обміну інформацією, так і в іншому рівні емоційної вразливості мешканців міста.

Проте, якщо частина містян бажають відчувати часту зміну вражень в громадських публічних просторах, для інших якраз відпочинок від постійних хаотичних хвиль інформації і є приводом для приходу в цей простір (наразі набула поширення ідейна течія «слоу лівінг» або «jomo», що буквально означає «радість від того, що щось пропускаєш»). Тому, перш за все, варто зробити якісний ситуативний аналіз, що покаже, в якому просторі

дійсно потрібні такі кінетично-рухомі об'єкти, а в якому вони будуть викликати лише роздратування.

Загалом, запропоновані вище визначальні характеристики об'єктів-мемів є детермінантою будь-якого архітектурного об'єкта як об'єкта-мема, а виділені головні є підосною для формулювання можливих принципів та визначення прийомів їх розміщення в громадському публічному просторі міста, що будуть надані в четвертому розділі дослідження.

2.4 Класифікація об'єктів-мемів

Для виділених у попередніх підрозділах дослідження об'єктів-мемів, визначених як умовно надконтекстних семантичних архітектурних стереотипів громадських публічних просторів міст, запропоновано наступну класифікацію. Її здійснено за 10 ознаками, які були об'єднані у дві категорії – фізичну і ментальну. Фізична категорія – включає ознаки, що детермінують фізичні особливості об'єктів-мемів. Ментальна категорія – ознаки, що показують їх когнітивну складову.

До фізичної віднесено такі, як: за типом об'єкта; за розмірами та морфологічними особливостями; за розташуванням в структурі простору; за композиційним значенням; за матеріалом; за колористичним рішенням (рис.2.8). До ментальної віднесено наступні: за способом сприйняття; за посилом; за джерелом виникнення; за тривалістю «життя» (рис.2.9). Далі детально по кожній категорії.

1. Фізична категорія

1) За типом об'єкта

Як зазначалося у підрозділі 1.1, що об'єктом-мемом можуть бути різні об'єкти, що формують громадський публічний простір міста, від елементів його декору до будівель в цілому, які його обмежують, а отже, доцільним буде їх об'єднати в ієрархічному порядку в наступні групи:



Рис. 2.8 Класифікація об'єктів-мемів. Фізична категорія



Рис. 2.9 Класифікація об'єктів-мемів. Ментальна категорія

- будівлі (наприклад, храми, галереї);
- споруди (наприклад, амфітеатри, вежі);
- малі архітектурні форми (наприклад, відкриті павільйони, фонтани);
- елементи оздоблення (наприклад, скульптури, ліхтарі, лавки, клумби тощо);
- елементи декору (наприклад, мурали, кольорові інсталяції, покриття тощо);
- дрібні знаки та символи (наприклад, світлофор, вказівний знак, боллард, розмітка тощо)

2) За розмірами та морфологічними особливостями (розміром і формою)

Можна виділити: великі, середні, малі; прості, складні.

Як приклад об'єкта-мема, віднесеного до останніх, може бути «баскетбольне дерево», розташоване в парку Шантир в Нанті (рис.2.8).

3) За розташуванням в структурі простору

Слід виділити: рядові, кутові, центричні; окремостоячі, дотичні, інтегровані (в забудову); одиничні, групові.

Прикладом одиничного об'єкта-мема може бути об'єкт паблік-арту «Ведмідь» біля «The Colorado Convention Center» в Денвері (рис.2.8), який також є і дотичним до оточуючої забудови громадського публічного простору, в якому розташований.

4) За композиційним значенням

Пропонується виділити: вказівні, акцентні, домінантні; загальноміські, локальні.

Як приклад появи останніх, слід навести ініційовану у Нью-Йорку «Програму відкритих ресторанів» [95], що дозволила цим закладам розширити свою діяльність на громадський публічний простір за рахунок **парклетів**. Захід виявився дуже успішним, і муніципалітет вирішив зробити його постійним і цілорічним в рамках довгострокового плану відновлення Нью-Йорку після пандемії COVID-19. Проте, оскільки організація парклету напряму залежить від ширини проїжджої частини та можливості перетворення автомобільної вулиці в пішохідну, даний об'єкт не вийшов за рамки локального об'єкта-мема.

Прикладом об'єкта-мема, який можна детермінувати як загальноміський, є об'єкт, запропонований архітекторами HUA HUA в рамках програми «Gastro Safe Zone» [147]. Прототип, що являв собою поєднання яскраво жовтих столів зі

стілцями (простої форми та легко переносних) і з намальованими на бруківці площі колами безпечного простору теж жовтого кольору, був встановлений у Брно, дістав популярності і поширився столицями інших міст, перетворившись в «глобальний» об'єкт-мем. До загальноміських об'єктів-мемів також можна віднести і водні, човникові, та авто кінотеатри (рис. 2.8). Доречі, концепція останніх, запозичена з американських авто кінотеатрів 80-их років ХХ століття, в умовах пандемії також перетворилася в загальносвітовий мем.

5) За матеріалом

Можна виділити: штучні, природні, штучностворені з природним покриттям, змішані (композитні).

Прикладом штучноствореного з природним покриттям об'єкта-мема може бути «зелений» фасад будівлі, що формує оточення громадського простору. Прикладом штучного об'єкта-мема може стати подібний фасад з муралом.

б) За колористичним рішенням

Слід виділити: монохромні, поліхромні.

До монохромного можна віднести вже наведений раніше приклад об'єкта-мема, що в даній класифікації проілюстрував виділену третю ознаку, а саме об'єкт публік-арту «Ведмідь» біля «The Colorado Convention Center» в Денвері (рис.2.8). До найпоширеніших поліхромних – числені фасади з муралами.

2. Ментальна категорія (рис.2.9)

1) За способом сприйняття

Можна виділити наступні групи об'єктів-мемів, максимальний вплив яких на людей відбувається через їх певні органи відчуття (зір, слух, нюх, доторк тощо), а саме: візуальні; аудіальні; тактильні; вербальні; інтерактивні; комбіновані.

Найбільш поширена група – візуальні об'єкти-меми, що транслюють своє значення для перехожого за допомогою форми, кольору, текстури, паттерну, композиційних особливостей, своїх розмірів та інших суто візуальних показників. В громадському публічному просторі міста також часто задіяні тактильні об'єкти-меми, з певною фактурою, холодні або теплі на доторк. Особливо є актуальними для забезпечення інклюзивності просторів. Для публічних інсталяцій або в

маркетингових цілях часто підключають аудіо та відео складову, що зовсім по-іншому впливає на органи відчуттів та підсилює емоціональний відгук від сприйняття об'єкта-мема і, як наслідок, – місця. Окремо слід виділити інтерактивні об'єкти-меми, що для більш повного сприйняття їх значення потребують з боку людини не тільки спостереження, а й активної участі. При чому до них можна віднести не тільки певні штучні об'єкти, а й, наприклад, імерсивні перформанси.

Також є об'єкти-меми, емоційний посил яких міг бути сформований через вербальний контакт, ЗМІ або в Інтернеті ще до безпосереднього фізичного контакту з ними. А при останньому вже підключаються їх інші показники. Яскравим прикладом такого об'єкта-мема є серія намальованих кіл в парку Доміно в Нью-Йорку, що з'явилася під час пандемії COVID-19 у 2020 році. Дані кола розраховані на декілька людей (сім'ю) та розташовані на відстані 1,8 метрів одне від одного, щоб дотримуватися правил соціального дистанціювання. Дана ідея була повторена в численних парках світу. Варто зазначити, що діаметр кола безпечної для людини зони варіюється в залежності від країни, проте форма та посил об'єкта-мема залишається незмінним. Наприклад, в Китаї, Індії та Італії зона приватного простору складає 1 метр, а в Канаді, Великобританії та Аргентині вона розширена до 2 метрів. Зміст даного об'єкта-мема, за рахунок постійного інформування в ЗМІ, був очевидним і майже інтуїтивним; втілення в життя не потребувало особливих зусиль, і, саме тому, він швидко став тиражуватися.

Наразі також набувають популярності архітектурні об'єкти-меми, що впливають на фізіологічне відчуття людини в просторі та будь-які його трансформації. З одного боку, це похідні від об'єктів дитячих майданчиків, що користуються попитом у всіх верств населення. З іншого боку, такими об'єктами-мемами стають арт-об'єкти. Наприклад, у Литві і Польщі відкрили віртуальний портал між двома містами – литовським Вільнюсом і польським Любліном (рис.2.9) [18]. Портал – це екран, схожий на двері, виконані в стилі футуризму і транслює в режимі онлайн, що відбувається по обидві його сторони. І такі портали

між містами, розташовані на їх головних площах чи вулицях, знайшли поширення в різних країнах світу.

Такі об'єкти-меми можна віднести до комбінованих. Звичайно, для формування певного стійкого посилу, історії, враження та змісту, що передає неодухотворений і не здатний говорити предмет, використання комбінації з вище перелічених ознак, які підсилюють одна одну і разом створюють у людини сильне емоційне враження від об'єкта-мема і, відповідно, місця, є найбільш ефективним.

2) За посилом

Можна виділити наступні: мотивуючі на конкретну дію; забороняючі конкретну дію; агітаційні; навігаційні; розважальні; без чіткого посилу.

Так як об'єкти-меми найчастіше є тими, що створювалися для вирішення певної проблеми або тими, що слугують для підвищення комфорту людини в громадському публічному просторі міста, найбільшого розповсюдження дістали мотивуючі на конкретну дію чи забороняючі конкретну дію.

Щоб швидко донести до публіки думку, яка стосується гостро-соціальної проблеми, використовують також агітаційні об'єкти-меми. Як приклад, можна невести пам'ятники, інсталяції.

Навігаційні – застосовуються для підвищення когнітивної зручності простору. Це вказівні знаки чи різні атрактори, що слугують, відповідно, для привернення уваги людини до певного місця чи для підсвідомого показу їй шляху і проведення до чогось, наприклад, до головної міської домінанти, тощо.

Також прикладом навігаційного об'єкта-мема може слугувати пішохідний перехід, проте з моменту свого виникнення він значно змінив свій вигляд і функцію. Пішохідні переходи вперше в історії з'явилися в Стародавньому Римі. Як правило, це було три-чотири камені, ступаючи по яким можна було перейти через дорогу. Щоправда, між їх тогочасною і сучасною функціями є велика різниця. Римлянам камені слугували для того, щоб при переході через вулицю не забруднити ноги відходами, які викидалися прямо на неї. А саме поняття «пішохідний перехід – зебра» вперше виникло в Великобританії в 1951 році [128]. Три роки тестувалися різні паттерни, і в результаті було встановлено, що для

людського ока простіше всього виявити чергування темних і світлих смуг, що нагадують забарвлення зебри.

Розважальні об'єкти-меми є найменш поширеними, на відміну від інтернет-простору. Прикладом можуть бути незвичні об'єкти на дитячих майданчиках, що найчастіше призначені, як для дітей, так і для дорослих.

3) За джерелом виникнення

За цією ознакою об'єкти-меми можна розділити на: прецедентні (навмисно створені), спонтанні та комбіновані.

Перші, прецедентні, є обґрунтованою реакцією на існуючу проблему в просторі, що була запропонована певним автором і одразу по створенні (фізичний об'єкт у просторі) прижилася і почала тиражуватися в інших місцях. Другі, спонтанні, – ті, що були створені самими користувачами в певному місці і переважно стихійно почали відтворюватися в інших місцях. Треті, комбіновані, – такі, що виникли спонтанно, проте підхопилися зацікавленими сторонами та «розкручуються» ними для певної цілі.

Прецедентні об'єкти-меми легко проілюструвати на прикладі їх появи в громадському публічному просторі, знову ж таки, під час пандемії COVID-19. В масштабах міст за перші місяці пандемії було проведено багато експериментів, що стосувалися мобільності, забезпечення соціального дистанціювання та адаптації вже існуючих публічних просторів до нових неочікуваних обставин. Прецедентні об'єкти-меми в них (ті, що виникли навмисно саме задля мотивації до конкретної дії або її заборони) можна розділити і узагальнити за типом втручання на: 1) для швидкої адаптації до вимог соціального дистанціювання; 2) для допомоги підприємствам уникнути банкрутства (наприклад, закладам харчування, торгівлі, спортзалам, кінотеатрам тощо) за рахунок перенесення їх функцій і пов'язаних з ними активностей на вулицю; 3) для трансформації під нові способи пересування людей (мінімізуючи публічний транспорт).

Ілюстрацією до вищезазначеного є концепція застосування паттернів, розмітки та наліпок (тимчасових або постійних) для позначення безпечної відстані між людьми в громадських публічних просторах, яка стала мемом. Вперше

застосований в італійських п'яццях у формі параметричних квадратів, намальованих поверх мощення, об'єкт-мем швидко поширився площами інших міст світу. Застосування нейтрального білого кольору та чітких форм створило ілюзію, що дана розмітка так і мала бути в даному просторі, зовсім не конфліктуючи з історичним контекстом. В Лондоні даний об'єкт-мем, наприклад, трансформувався до кольорових різновеликих кіл, що уособлює молодіжний, сучасний та бунтарський дух столиці і, знову ж таки, не викликає відчуття чужородності.

Новим прецедентним об'єктом-мемом став і малий відкритий павільйон, розрахований на 2х-4х людей, щоб ізолювати одну від одної компанії відвідувачів закладів харчування, створений у вигляді скляних «теплиць» в Амстердамі (рис.2.9). Дане рішення було вдалим і швидко реалізовувалося, тому повторилося в багатьох ресторанах і кафе, винесених у відкриті громадські простори міст.

До спонтанних об'єктів-мемів можна віднести появу плавучих кінотеатрів із сидіннями для перегляду у вигляді невеликих човників. Він зародився в Парижі і тиражувався у різні міста, що мають вихід на водойми.

4) За тривалістю «життя».

Умовно можна виділити: довгострокові і короткострокові.

Довгострокові (сталі) об'єкти-меми можна описати як ті, що живуть, активно поширюються (копіюються), і їх значення в просторі є актуальним і загальнозрозумілим протягом тривалого часу та значно переживає саму історію, що стала основою для них. Короткострокові об'єкти-меми втрачають свою актуальність з втратою актуальності історії, що їх і породила. Умовність їх виділення, як короткострокових, пояснюється тим, що з втратою актуальності об'єкт перестає існувати, як мем.

Загалом, запропонана класифікація об'єктів-мемів за наведеними вище ознаками показує їх значення для різних громадських публічних просторів міст і допоможе надати рекомендації щодо їх введення в ці простори.

Висновки до розділу 2

1. Показано загальну методику даного дослідження громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому, через взаємозв'язок визначених його складових «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії», і об'єктів-мемів, як містків у їх поєднанні, а також простору в цілому і позитивних відчуттів людини в ньому, яка складається з п'яти етапів: підготовчого, аналітичного, експериментального, синтезуючого та етапу реалізації результатів. Виокремлені загальні (історичний, критичний, порівняльний аналіз, узагальнення, систематизація, класифікація, тощо) та спеціальні наукові методи (пофакторний аналіз, відео-експеримент, експериментальне проектування), що були застосовані на виділених етапах дослідження для вирішення поставлених завдань.

2. Виділено наступні фактори впливу на формування громадського публічного простору міст: історико-політичний, економічний, соціальний, історико-культурний, національно-релігійний, природний, екологічний, технологічний (інформаційний), психологічний і фактор безпеки. Визначено семантичні архітектурні стереотипи громадського публічного простору міста, сформовані під впливом кожного фактору, і виділено об'єкти-меми, як їх умовно надконтекстні складові, для здійснення їх класифікації.

3. Детерміновано 5 головних (прецедентність появи; об'єктивність; реплікативність; універсальність (незалежність від контексту); «вірусність» (легке і швидке розповсюдження)) і 10 додаткових (показову демонстративність; емоційну реверсивність; релевантність для різних місць; публічність; довговічність (темпоральність); оригінальність; спрощеність; космополітичність; динамічність (кінетичність) та інтерактивність) визначальних характеристик об'єктів-мемів. Виділені головні визначальні характеристики є підосною для формулювання можливих принципів розміщення об'єктів-мемів в громадських публічних просторах міст.

4. Узагальнено і виділено чотири етапи «мемізації» об'єктів – появи об'єктів-мемів в громадському публічному просторі міста, а саме: I – «прецедентний феномен»; II – «дієвість і тиражування»; III – «очищення від контексту»; IV – «вірус» або «смерть». Показано

прив'язку головних визначальних характеристик об'єктів-мемів до етапів «мемізації» об'єктів.

5. Запропоновано класифікацію об'єктів-мемів за двома категоріями та 10 ознаками, а саме: I – фізичною, яка включає ознаки, що детермінують їх фізичні особливості, та II – ментальною – з ознаками, що показують їх когнітивну складову. До I категорії віднесено такі, як: за типом об'єкта; за розмірами та морфологічними особливостями; за розташуванням в структурі простору; за композиційним значенням; за матеріалом; за колористичним рішенням. До II – наступні: за способом сприйняття; за посилом; за джерелом виникнення; за тривалістю «життя». Здійснена класифікація демонструє значення певних об'єктів-мемів для громадських публічних просторів міст і є підосновою для рекомендацій щодо їх введення в ці простори.

РОЗДІЛ 3

СОЦІОЛОГІЧНИЙ МІЖНАРОДНИЙ ВІДЕО-ЕКСПЕРИМЕНТ «АРХІТЕКТУРА ТА ЩАСТЯ» ПРО СПРИЙНЯТТЯ РІЗНИМИ ЛЮДЬМИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ МІСТА

3.1 Цілі, завдання, формат та питання експерименту

Психологічний аспект сприйняття людиною архітектури має величезне значення в наші дні, коли в силу різних проблем суспільство сконцентрувалося на принципах сталого і людиноорієнтованого розвитку абсолютно у всіх сферах життя.

Проект «Архітектура та щастя» розрахований на девелоперів, бізнесменів, владні структури, економічну і політичну еліту, замовників для архітектурних і дизайнерських бюро та покликаний донести інформацію про сприйняття звичайною людиною архітектури і громадських публічних просторів міста до тих, хто безпосередньо впливає на розвиток міської тканини. Також результати даного дослідження будуть корисні і для відомих архітекторів і архітектурних бюро, які в силу великої зайнятості не завжди мають прямий контакт з тими, для кого безпосередньо проєктують. Оскільки експеримент також стосується теми щастя, яка близька абсолютно кожному, результати проєкту зацікавлять і людей, ніяк не пов'язаних з архітектурою.

Основні цілі, що ставить перед собою автор в ході експерименту:

- надихнути людей, що ніяк не пов'язані з архітектурою, приділяти увагу архітектурному простору (зокрема громадському публічному простору міста), в який вони потрапляють і їм користуються чи інвестують в нього, і в якому вони потім опиняються, та слідкувати, як змінюється їх психологічний стан в ньому;
- заохотити архітекторів, дизайнерів, девелоперів, тощо до створення людиноорієнтованої архітектури і громадського публічного простору міста та зменшити дистанцію між творцями і тими, для кого цей простір проєктується;

- з'ясувати, який зв'язок є між рівнем щастя людей, архітектурою і громадським публічним простором міста, в якому вони мешкають чи бувають.

Завданням експерименту є:

- виявити фактори, що визначають щастя або нещастя людини;
- дізнатися, як відрізняється сприйняття щастя у людей різного віку, статі, достатку, рівня відомості особистості, релігійних поглядів, національності, а також, в різних життєвих обставинах;
- визначити, яким чином пов'язані такі речі, як: представлення себе, швидкість відповідей на запитання інтерв'ю, задоволення життям та архітектурні уподобання;
- виявити, як асоціації з певною архітектурою та громадським публічним простором характеризують особистість;
- встановити, чи є елементи, що гарантовано перетворюють простір та архітектуру в «щасливу»?
- з'ясувати, чи об'єкти в просторі, які ми бачимо, проте не приділяємо їм уваги, впливають на наш емоційний стан?
- виявити об'єкти, що викликають емоційний відгук, активують фантазію, асоціації, реакцію людини. Визначити їх якості та характеристики, вдалі і невдалі комбінації як між собою, так і в поєднанні з не архітектурними об'єктами (такими як транспорт, флора тощо) в громадських публічних просторах міст.

В процесі експерименту також, ймовірно, з'ясується багато інших речей, що знайдуть своє відображення в конкретній статистиці.

Попередній досвід автора у проведенні соціального експерименту [30] показує, що письмове анкетування не є дієвим способом дізнатися правдиву інформацію. По-перше, заздалегідь обмежена кількість варіантів приводить до навмисного впливу на результат, бо будь-яка варіативність є суб'єктивною.

І хоч запитання на вибір відповідного прапорця, зображення чи короткої друкованої відповіді значно економлять час і ресурси дослідників, проте за такими відповідями неможливо побачити особистість. До того ж, онлайн-

опитування хоча і є ідеальними для того, щоб ставити закриті запитання, однак обмежують розуміння дослідником відповідей респондентів (відповіді «так» і «ні»), маскуючи більш глибоке розуміння, яке можна отримати з особистих якісних опитувань. Слід зазначити про те, що безперечною перевагою онлайн-анкет сформованих у Google Forms є швидкий автоматичний аналіз та зрозуміла інфографіка при виведенні результатів дослідження.

Більшість анкет є необмеженими за часом, тобто дають можливість людині добре обдумати відповідь, а не вказувати перше, що приходить в голову – найбільш правдиве. Разом з віртуальною безликістю респондента (можливістю представити себе як і ким завгодно онлайн), це в сумі дає неточні і не адекватні відповіді в анкетах. Ще одним з недоліків анкетування є також відсутність цінної інформації, такої як невербальні вираження емоцій респондентів – жести рук, розмовні вирази, інтонації голосу, з яких можна отримати велику кількість даних.

В зв'язку з цим було вирішено змінити **формат** з письмового на відео-опитування (яке проводилося, як особисто, так і дистанційно), не давати ніяких визначень заздалегідь (наприклад, визначення поняттю «громадський публічний простір») і спростити запитання (без архітектурної термінології).

Респондентам було запропоновано відповісти на запитання, що були записані на відео і представлені онлайн. І хоч при особистому контакті з незнайомою людиною є більша вірогідність вмовити її на участь в соціальному експерименті, саме дистанційне відео-опитування (відео-інтерв'ю) є кращим варіантом.

Відео-середовище з більшою ймовірністю дасть відкритий зворотній зв'язок і більш різноманітну вибірку даних для оцінки. Відео-респонденти, швидше за все, будуть відповідати достовірно, тому що вони самостійно обирають середовище, в якому буде проходити майбутнє інтерв'ю, в зручній для себе обстановці. Тет-а-тет інтерв'ю може викликати деяку скутість в розмові та невпевненість у непідготовлених, незнайомих людей.

Онлайн відео-опитування також усувають упередженість відповідей та можливість впливу на них [34]. Наприклад, серед методів впливу, це може бути упередженість

спостерігача (коли дослідник підсвідомо впливає на респондента своїми особистими переконаннями) або упередженість інтерв'юера (коли інтерв'юер задає побічні, додаткові запитання, які призводять до спотворених відповідей).

Оскільки респонденти можуть записувати відповіді онлайн і взаємодіють з автором дослідження через соціальну мережу в Інтернеті (в даному випадку, через Telegram), дослідження має набагато ширшу (міждисциплінарну і міжнародну) аудиторію бажаючих учасників, ніж воно мало би за допомогою іншого формату.

З огляду на те, що більшість емоцій передається невербальним способом, відповіді на відео є набагато глибші та змістовніші в порівнянні з текстовими відповідями. Відео буде включати в себе не тільки розмовний контент, але й показувати вирази обличчя, зміни тону голосу, фіксувати мову тіла [157].

Також формат подачі розрахований на постійне включення опитуваного. Тет-а-тет опитування проходить, як звичайне інтерв'ю, де учасник не знає питань. При дистанційному опитуванні діє подібна схема, тобто спочатку – запитання, потім – відповідь, і тільки потім – нове запитання. По-перше, респондент не має уявлення, що буде далі, і зберігається його зацікавленість. По-друге, відносно обмеження в часі при відповіді на запитання дає перші думки, що приходять в голову, а вони є найправдивіші.

Всього опитування складається з 8-и питань, серед яких і прохання автора представити себе. Представлення себе грає велику роль, бо традиційні ідентифікаційні питання, що зазвичай стоять на початку анкети (наприклад, вік, стать), не сприяють тому, щоб людина давала більш індивідуальні і чесні відповіді (до тогож респондентів одного віку та статі і навіть з однаковим ім'ям може бути декілька в рамках одного дослідження). Питання взаємопов'язані одне з одним, починаються від абстрактних (щоб встановити довірливу атмосферу між респондентом і інтерв'юером) і закінчуються цілком конкретними та більш складними. Для абстрактних – обрана тема, що є близькою для кожної людини незалежно від віку, професії та національності – щастя. Конкретні питання стосуються об'єктів архітектури та громадського публічного простору, що помічають люди в першу чергу, і на чому згодом вони зосереджують свою увагу. Закінчується опитування питанням про значення матеріальних благ на фоні комфортного і щасливого

громадського публічного простору. Всі 8 питань є одною цільною історією, що дає можливість почути таку ж історію (особисту думку респондента) у відповідь.

Питання, що задавалися в експерименті, звучать так:

1. «Представтесь і вкажіть, звідки Ви?» (Дане питання дає повну свободу людині зарекомендувати себе так, як вона сама того хоче, і не дає обмежень на кшталт віку, професії тощо);

2. «Чи вважаєте Ви себе счасливою людиною? Чому так чи ні?»

3. «Яким був ваш останній щасливий момент? Опишіть його»;

4. «Чи можуть матеріальні, неживі, речі приносити щастя? Якщо так, то які саме?»;

5. «Уявіть себе в місті. В будь-якому реально існуючому місті. Ви стоїте перед будівлею. Опишіть її. Чи зайшли б Ви в цю будівлю, або залишились споглядати на неї ззовні? Поки Ви вирішуєте, подумайте, чи є зв'язок між Вами і архітектурним об'єктом, який Ви уявили? І чому саме він прийшов Вам на думку першим?»;

6. «Уявіть себе в будь-якому громадському публічному просторі міста. Реально існуючому просторі. Озирніться навколо. Що в цьому просторі Вам настільки подобається, що Ви б повернулись сюди знову? А що, на противагу, виводить Вас з себе або викликає обурення настільки, що, будь Ваша воля, Ви б прибрали це з даного простору?»;

7. «Назвіть ідеальний, чи майже ідеальний громадський публічний простір міста особисто для Вас?»;

8. «Гепер уявіть себе в цьому майже ідеальному громадському публічному просторі. Скільки Вам потрібно буде грошей в цьому просторі, щоб відчувати себе комфортно, безтурботно і щасливо? І на що Ви їх витратите?».

Автором було вирішено залучити до експерименту якомога більше учасників з різних країн і різного віку, бо відношення до архітектури значно відрізняється навіть під впливом різних релігій, не кажучи вже про об'єкти, що оточують людину в повсякденному житті, та її зрілість.

Також автор має на меті виявити різницю (або її відсутність) між тим, як відомі архітектори, дизайнери, урбаністи та пов'язані з цими професіями люди сприймають громадський публічний простір міста і архітектуру на противагу до звичайних людей.

3.2 Методика проведення експерименту. Етапи, прогрес, помилки

Методика проведення експерименту складається з п'яти етапів (рис.3.1).

Перший, підготовчий, етап експерименту полягав у висуненні авторської гіпотези, створенні структури самих запитань, плануванні етапів по збору та аналізу даних. Важливим питанням також було коригування і уточнення формату експерименту.

Гіпотеза автора виражається в наступному.

Архітектурне середовище (і зокрема громадський публічний простір міста), що оточує людину, формує її характер, погляди на життя, уподобання, поняття прекрасного і відразливого, мінімальний рівень комфорту, персональне відчуття свободи з тою ж силою впливу, що і соціальне середовище, тільки більш непомітно. Впродовж життя архітектурне (неживе, об'єктне) та соціальне (живе, суб'єктне) діють на людину одночасно, в комплексі та спільними зусиллями впливають на вибір, зроблений в тій, чи іншій ситуації, або уникнення прецеденту вибору взагалі. Непомітність архітектури пояснюється фокусом уваги, що направлений, здебільшого, на нам же подібних – інших людей, їх вчинки, відношення один до одного та соціум взагалі. Архітектура, матеріальний публічний простір відходить на другий план. Тому саме від нашого фокусу та концентрації чи неувважності залежить її сприйняття.

Архітектура та відчуття щастя пов'язані, але це не явний і не прямий зв'язок. Архітектурне середовище навкруги людини створює умови і є фоном для певних моментів її життя та подій, що фіксуються увагою, запам'ятовуються і в подальшому відбираються пам'яттю, як щасливі чи нещасні. Саме місце з певною і сильно відчутною атмосферою, а точніше, об'єктами, що викликають емоційний відгук, активують фантазію, асоціації, викликають спогади, реакцію і є основними містками, що поєднують архітектуру та відчуття щастя.

А отже, одним з головних завдань експерименту є визначення якостей та характеристик таких об'єктів, їх вдалим і невдалим комбінацій, як між собою, так і в поєднанні з не архітектурними об'єктами, в громадських публічних просторах міст.

1	АВТОРСЬКА ГІПОТЕЗА, СТРУКТУРА ЗАПИТАНЬ		— "АРХІТЕКТУРА ТА ЩАСТЯ" — ВІДЕО-ЕКСПЕРИМЕНТ МІЖНАРОДНИЙ СОЦІОЛОГІЧНИЙ
підготовчий	АВТОРСЬКА ГІПОТЕЗА ЩОДО ІСНУВАННЯ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ І ВІДЧУТТЯМ ЩАСТЯ ЛЮДИНИ В НЬОМУ	ТЕСТУВАННЯ ПИТАНЬ НА ДРУЗЯХ	
	ВИЗНАЧЕННЯ ЗАВДАНЬ ЕКСПЕРИМЕНТУ		
	СТРУКТУРА ЕКСПЕРИМЕНТУ І СТРУКТУРА ЗАПИТАНЬ - ПОЗИЦІЮВАННЯ, АБСТРАКТНІ, РЕЛЕВАНТНІ, КОНКРЕТНІ		
2	ЗНАХОДЖЕННЯ ДОБРОВОЛЬЦІВ ДЛЯ УЧАСТІ, ПЕРЕВІРКА І КОРИГУВАННЯ ФОРМАТУ ЕКСПЕРИМЕНТУ ВІДПОВІДНО ДО ВІДГУКІВ ЛЮДЕЙ		
поштовий	ВІДЕО-ПИТАННЯ РІЗНИМИ МОВАМИ - ІНТЕРВ'Ю-ФОРМАТ	ОБМІН ІНФОРМАЦІЄЮ - МЕСЕНДЖЕР TELEGRAM РЕКЛАМА - ПОСТИ ТА ВІДЕО-ЗВЕРНЕННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ FACEBOOK, INSTAGRAM АРХІТЕКТУРНИЙ БЛОГ В INSTAGRAM	
3	АКТИВНИЙ ЗБІР ДАНИХ - КОНТАКТ З ВЕЛИКОЮ КІЛЬКІСТЮ ПОТЕНЦІЙНИХ РЕСПОНДЕНТІВ - ВИХІД ЗА МЕЖІ КОЛА ДРУЗІВ І ЗНАЙОМИХ		
збір даних	ВІДВІДАННЯ ПУБЛІЧНИХ МІСЦЬ, ФЕСТИВАЛІВ, КОНФЕРЕНЦІЙ, КОНКУРСІВ	ЖИВЕ ОПИТУВАННЯ ОПИТУВАННЯ ОН-ЛАЙН В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ TELEGRAM	
	ПІДТРИМАННЯ ЗАЦІКАВЛЕНОСТІ - ЗАЛУЧЕННЯ ВІДОМИХ ЛЮДЕЙ		
	ПУБЛІКАЦІЯ ЗВОРОТНОГО ВІДЛІКУ ЩОДО КІЛЬКОСТІ УЧАСНИКІВ ЕКСПЕРИМЕНТУ		
	ПУБЛІКАЦІЯ НЕВЕЛИКИХ ІНСАЙТІВ З ПЕРЕБІГУ ЕКСПЕРИМЕНТУ		
4	ПОШУК СПОСОБІВ ОБРОБКИ ТА АНАЛІЗУ ОТРИМАНИХ ВІДЕОМАТЕРІАЛІВ		
аналіз даних	ВИЛУЧЕННЯ ТЕКСТУ З ВІДЕОМАТЕРІАЛУ АНАЛІЗ ТЕКСТУ НА ПОВТОРЕННЯ СЛІВ І ФРАЗ ДЛЯ ВИОРЖЕННЯ ВАЖЛИВОЇ ІНФОРМАЦІЇ	СТВОРЕННЯ TELEGRAM-КАНАЛУ ЗВОРОТНИЙ ВІДЛІК ОПИТАНИХ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM ПУБЛІКАЦІЯ ІНТЕРВ'Ю З НАЙЦІКАВИШИМИ ВІДПОВІДЯМИ І З ВІДОМИМИ РЕСПОНДЕНТАМИ	
	АНАЛІЗ МІМІКИ РЕСПОНДЕНТІВ ПІД ЧАС ОТРИМАННЯ ТА ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ВІДСТЕЖЕННЯ ПОЗИТИВНОЇ І НЕГАТИВНОЇ РЕАКЦІЇ НА ОКРЕМІ ОБ'ЄКТИ, ПРОСТОРИ В ЦІЛОМУ ТА ПОДІЇ В НИХ		
5	СИНТЕЗ ОТРИМАНИХ ДАНИХ ТА ПОШУК ФОРМИ ЇХ ДЕМОНСТРАЦІЇ		
синтез даних	ХАРАКТЕРИСТИКИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ І ЙОГО ОБ'ЄКТІВ, ЩО ВИКЛИКАЮТЬ ПОЗИТИВНІ І НЕГАТИВНІ ВІДГУКИ У ЛЮДЕЙ	ТЕМАТИЧНИЙ САЙТ ФОРМАТ СЕРІАЛУ НА ПЛАТФОРМІ YOUTUBE ПУБЛІКАЦІЯ ІНТЕРВ'Ю В INSTAGRAM МІЖНАРОДНИЙ КОНКУРС ПУБЛІКАЦІЇ У МІЖНАРОДНИХ ВИДАВНИХ ВИСТАВКА	
	ХАРАКТЕРИСТИКИ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ, БЛИЗЬКОГО ДО ІДЕАЛЬНОГО, ЩО ВИКЛИКАЄ ПОЗИТИВНІ ЕМОЦІЇ У ЛЮДИНИ		
	МОДЕЛЬ ЗВ'ЯЗКУ ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ І ВІДЧУТТЯ ЩАСТЯ ЛЮДИНИ В НЬОМУ		
	ГРАФІЧНА МОДЕЛЬ "ЩАСЛИВОГО ПРОСТОРУ"		

Рис. 3.1 Етапи міжнародного соціологічного відео-експерименту «Архітектура та щастя»

Запитання, що були сформульовані на початку проведення експерименту, зазнали тестувань на добровольцях і критику з їх боку. На противагу дуже чітким, обмеженим за варіантами відповідей, запитанням, що ставилися автором під час минулого експерименту («Дружній архітектурний простір»), питання для нового експерименту були занадто абстрактними, не пов'язаними між собою, і давали респонденту багато свободи, що ускладнювало і деформувало відповіді. Результатом змін запитань стало їх формулювання у порядку переходу від абстрактних і релевантних, що мають відгук в душі (про щастя та речі, що його приносять), до конкретних і чітко вимірних (на кшталт, кількість грошей, що потрібна для комфортного перебування в просторі, конкретний громадський публічний простір і конкретна будівля). Також було введено першим питання-позиціонування (прохання представити себе), яке багато у кого викликало здивування. Важливість цього першого питання полягає у моментальному фокусі та концентрації відповідаючого. Представляючи себе, людина формує образ, задає тон для подальших відповідей. Крім того, кожному учаснику повідомлялось, що його відповіді можуть бути опубліковані публічно, якщо будуть достатньо унікальними та незвичними (проте про критерії оцінки саме цієї унікальності замовчувалось), що давало гарантії на адекватність та правдивість відповідей.

Після чіткого визначення запитань, що залишатимуться константою до самого кінця, тестування їх зв'язності та зрозумілості, відбулося більш чітке планування загальної структури дослідження та пошук перших респондентів.

Вся складна структура експерименту була поділена на окремі етапи і мікро-етапи та загалом мала вигляд схеми з «початком» (гіпотезою автора) і «кінцем» (отриманими результатами дослідження, висновками та рекомендаціями). Важливим елементом є також аналіз кожного етапу і виявлення помилок.

В процесі поетапного планування стали зрозумілими моменти, що є складними для втілення автором і потребують додаткових даних. Тому для збору і впорядкування інформації, що допоможе у подальшому дослідженні, застосовувався програмний додаток Raindrop.io [156].

Другим, пошуковим, етапом експерименту стало знаходження добровольців для участі в ньому (тих, що раніше не були знайомі з автором) та перевірка і коригування самого формату експерименту відповідно до відгуків людей (рис.3.1).

Важливим стимулом до публічності та гласності експерименту, навіть на початкових стадіях залучення респондентів, став помітний розрив між науковими дослідженнями та їх практичним застосуванням, що є тенденцією, наприклад, в Україні. Публічного розголосу швидше всього вдається досягти в соціальних мережах, тому першим рекламним кроком стало написання провокуючого до дій посту в Facebook та аналогічного посту в Instagram (соціальних мережах, що вже до цього часу активно велися автором). Проте, одноразова дія часто не в змозі викликати великого розповсюдження та підтримки, тому було вирішено організувати архітектурний блог в Instagram, щоб мати постійну аудиторію, що слідує за перебігом експерименту.

Опираючись на досвід попереднього соціального дослідження («Дружній архітектурний простір» [30]), а саме обмеженості отриманих відповідей за рахунок проведення опитування виключно серед жителів України, цього разу запитання писалися на декількох мовах, і пошук охочих до участі вівся і поза межами України. Більше того, формат експерименту розраховувався на запис саме відео-запитань, а не письмових, тому автором було записано відео-звернення різними мовами.

Перші опитані люди, що ніяк не контактували з автором до експерименту, задавалися питанням про незвичний формат. Багато відмовлялося саме через інтерв'ю-формат, а деякі намагалися дійти консенсусу записом аудіо-відповідей, без демонстрування свого обличчя. Щоправда найбільше відмов було отримано від потенційних учасників 18-24 років (здебільшого хлопців), з людьми інших вікових категорій не виникало подібних інцидентів. Загалом, багато складнощів з респондентами мали місце тільки при живому спілкуванні. При он-лайн листуванні в месенджерах – більшість незнайомих людей погоджувались записати себе на відео. Це підтверджує припущення, озвучені у попередньому підрозділі, про більш сприятливу, комфортну і вільну атмосферу віртуального публічного простору та про різноплановий підхід до людей різних поколінь.

Для запису і передачі відео-файлів між автором і учасниками експерименту було вирішено обрати Telegram — мультиплатформний месенджер, що дозволяє обмінюватися повідомленнями і медіа файлами багатьох форматів.

Наступним пунктом в реалізації проекту постав запит про вибір місця для збереження відео-відповідей. Файли, що отримував автор, як при живому інтерв'ю так і ті, що респонденти записували самостійно і передавали через месенджер Telegram, важили багато і швидко займали пам'ять мобільного пристрою. Найкращим варіантом було створення платформи, де діяла б автоматична загрузка відео-файлів і їх подальше транспортування у відповідну папку на Google-disk або в інше хмарне сховище. Цей варіант не було реалізовано. Натомість вдалося автоматично переправляти відео-файли за допомогою бота в месенджері Telegram. Для кожного запитання, включно з позиціонуванням, було створено окрему папку на Google-disk, для того, щоб потім порівнювати відповіді в межах однієї тематичної групи.

Третій етап – збір даних (рис.3.1).

Наступним важливим етапом експерименту став активний збір даних – контакт з великою кількістю потенційних респондентів і вихід за межі кола друзів і знайомих. Для цього була створена візитівка з QR кодом та з усіма посиланнями на соціальні мережі, де є згадки про експеримент. Пізніше даний крок буде визнано помилковим, бо розповсюдження контактів без перших (навіть, приблизних) вагомих результатів чи даних з експерименту або ж інформації з його перебігом веде до втрати зацікавленості аудиторії.

Щоб знайти учасників для експерименту різного віку та роду діяльності автором відвідувалися публічні місця, фестивалі, міжнародні конференції, конкурси. Для того, щоб незнайомі люди йшли назустріч і погоджувалися давати інтерв'ю надійніше було підходити до них вдвох-втрьох, що давало відчуття значимості і масовості самого експерименту. Також одним з вирішальних факторів слугувала наявність петличного мікрофону, що теж додавало вагомості справі, з якою автор турбував людей.

З самого початку експерименту стало зрозумілим, що при відсутності досвіду, зміні формату та бажаній кількості учасників, проект буде реалізовуватися протягом тривалого відрізка часу. Щоб зберегти зацікавленість існуючої аудиторії та залучити нову, автором було передбачено декілька кроків. По-перше, це залучення до експерименту відомих

людей (як архітекторів, так і не архітекторів). Наприклад, вдалося домовитися із засновником ArchDaily Девідом Басульто, урбаністом Яном Гейлом та архітекторами з ОАЕ, Іспанії, США, Італії та Великобританії, що були спікерами на міжнародній конференції «Архітектура Майбутнього» в Києві.

По-друге, це публікація зворотнього відліку щодо кількості учасників експерименту (наприклад, 50 учасників з 5000 тощо), а також короткі сюжети з цими учасниками і їх розповідями про себе. Дана діяльність підтримувала цікавість до «Архітектури та Щастя» і створювала ефект масової захопленості людей. По-третє, це публікація невеликих інсайтів з перебігу експерименту. Наприклад, розповідь про те, хто саме відмовляється від інтерв'ю, люди якого віку, а також їх аргументація.

Зі зростанням кількості опитаних, кількості зібраних відео-відповідей та нагальній потребі в початку аналізу даних, виникла необхідність в помічниках. Було проведено пошук небайдужих людей, хто підтримає експеримент, і кому можна потенційно делегувати задачі. Принципово, експеримент проводився на добровільній основі, тобто за допомоги в ньому не було обіцяно грошової винагороди. Стимулом для участі в експерименті в якості помічника могло бути або особисте зацікавлення в результатах, або умови бартеру – «послуга за послугу».

Висновком добровільного делегування задач стала неможливість утримати людей без фінансових гарантій. Люди, які не є автором ідеї і не горять нею, спочатку можуть погодитися підтримати проект в незначних діях (наприклад, пошук нових опитуваних), але надалі, зі збільшенням навантаження при роботі над експериментом, найчастіше, відмовляються з вибаченням про відсутність часу. В даній ситуації не допомагає навіть варіант «послуга за послугу», бо як тільки помічник отримує обіцяну послугу, він втрачає зацікавленість в самому експерименті.

Четвертий етап – аналіз отриманих даних (рис.3.1).

Внаслідок невдачі з делегуванням довелося повністю переорганізувати роботу над проектом і паралельно шукати спосіб обробки та аналізу відео.

З часом ідея з публікацією зворотнього відліку опитаних перетворилася в рутину, і потрібно було знайти новий спосіб підтримання зацікавленості аудиторії. Таким кроком стало створення телеграм-каналу для утримання людей в блозі (з розрахунком на

інформаційну зацікавленість не тільки в експерименті). В подальшому даний крок виявиться помилковим та таким, що забирає багато сил та енергії. Корисна інформація, що стосується архітектури, навіть дані, документи, посилання на матеріали, що важко знайти в інтернеті (запропонований контент телеграм-каналу), не йдуть ні в яке порівняння з експериментом по рівню унікальності. Позитивним у створенні телеграм-каналу виявився досвід роботи з соцмережею Telegram, що потім допомогло зі збереженням та наступним транспортуванням відео в загальне сховище.

Замість зворотнього відліку опитаних в соціальній мережі Інстаграм було вирішено публікувати цільні інтерв'ю з найцікавішими відповідями або з відомими опитаними. Це дає можливість передивлятися відео декілька разів і охопити більш широку аудиторію зацікавлених в експерименті.

Ще одним шабелем в процесі експерименту стало проходження курсу про щастя від Єльського університету («The Science of Well-being»). Перевагою даного курсу були числені соціологічні, фізіологічні та психологічні дослідження про щастя, зібрані в одному місці. Завдання курсу полягало в практичному застосуванні методики з підвищення рівня задоволення життям та вимірюванні свого рівня «щастя» до та після курсу. Даний досвід в подальшому допоміг при аналізі даних та формуванні висновків експерименту «Архітектура та щастя».

З початком пандемії та відміною всіх публічних заходів відбувся перехід від живого опитування до опитування он-лайн в соціальній мережі Telegram.

П'ятий етап – синтез отриманих даних (рис.3.1).

Фінальний етап експерименту був присвячений синтезу отриманих даних та пошуку форми для їх демонстрації. Демонстрація повинна була охоплювати різні покоління, різні національності та людей з різним соціальним статусом (широка цільова аудиторія). Тому для даного експерименту найкраще підійшла різнопланова подача матеріалу (статична, динамічна, постійна та тимчасова), а також в різних форматах (текст, зображення, анімація, інфографіка, відео, фізична демонстрація та мікс з декількох названих варіантів). Як постійний та статичний спосіб демонстрації результатів було створено тематичний сайт, що містить всі зібрані матеріали, статистику щодо учасників та доступно подані результати дослідження. Як більш динамічний спосіб розповсюдження

результатів та, що найбільш важливо, процесу, обрано формат серіалу на платформі YouTube.

Слідуючи існуючому поділу експерименту на етапи (5 етапів + аналіз помилок та висновки), а також саму кількість запитань (7 основних + позиціонування), доцільно було поділити наявний відео матеріал на 7 серій з чітким сюжетом для кожної. Хронометраж, виходячи з об'єму зібраного матеріалу та слідуючи тенденціям наявних закінчених соціологічних досліджень, повинен був варіюватися від 15 до 25 хвилин на серію. Також залишався активним варіант з публікацією сольних інтерв'ю найбільш цікавих та відомих респондентів в профілі Instagram. Було передбачено і серію коротких відео, на 15-30 секунд, для аудиторії соціальної мережі ТікТок та, загалом, рекламних цілей. Крім того, експеримент в готовому вигляді було подано на міжнародний тематичний конкурс, а статті з даними про результати – опубліковано в міжнародних виданнях. Як фізичний результат експерименту – було влаштовано виставку з фотопортретами найвизначніших учасників та інтерактивним показом синтезованих даних проекту (графічної моделі громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому («щасливого простору»)), а також колажування об'єктів просторів, що викликають найбільший емоціональний відгук, тощо).

Помилки, допущені в експерименті

Основною помилкою експерименту була відсутність постійного відео супроводження на початкових етапах проекту. При чому викликають співпереживання аудиторії саме фільмування процесу з обличчям, індивідуальністю самого автора та історія, що стоїть в основі самого експерименту, успішні та невдалі рішення і проміжні результати. Також представлення серйозного дослідження, на думку автора, має бути простою мовою, що допоможе зменшити розрив між науковими дослідженнями і їх практичним застосуванням та розповсюдити їх на більш широку аудиторію і, загалом, показати важливість теми, що піднімається в експерименті.

Ще одною помилкою проекту було розповсюдження візитівок на ранніх стадіях з відсутністю матеріалу щодо проміжних результатів. Це призвело до тимчасової втрати цікавості до експерименту. З плином проекту стало очевидним, що візитівки взагалі не

грають великої ролі в розповсюдженні і рекламуванні проекту. Набагато ефективнішим є просування проекту через соціальні мережі.

Також упущенням проекту було бажання автора виконати абсолютно всі процеси самостійно замість того, щоб делегувати їх спеціалістам. За рахунок останнього реалізація проекту надто розтягнулася в часі.

3.3 Аналіз і синтез отриманих під час експерименту даних

Історія кожного учасника починається з представлення себе.

1. «Представтесь і вкажіть, звідки Ви?»

Запитання відноситься до розряду абстрактних, тому що автор не дає чітких обов'язкових пунктів (окрім місця проживання) і ні в чому не обмежує респондентів.

Це перша точка, від якої можна відштовхнутися для формування певних висновків. Люди, що на цьому етапі відповідають не конкретно, говорять тільки ім'я або на кшталт: «Я людина і живу на планеті Земля», знаходяться в пошуку, або ставлять цілі, які наразі є недосяжними. Їх сприйняття громадського публічного простору міста, як «щасливого простору», проявляється через те, чого в просторі не існує і, здебільшого, в реальному житті може не існувати взагалі. Це фантастичні об'єкти, яких не вистачає простору, щоб бути помітним і прийнятним для людей даного типу. Такі люди (фантазери) склали 2% опитуваних. Для їх зацікавленості необхідно наповнити громадський публічний простір креативними чи високотехнологічними об'єктами. Як альтернатива, може бути публічний простір, в якому співіснують і змінюють одна одну багато зовсім різних функцій. При цьому є вірогідність, що навіть з їх присутністю простір для подібних індивідів так і не буде помітним і прийнятним.

Люди, що вказують рід діяльності, вік, місце народження, проживання, мають чітку життєву позицію, впевнені в собі. Є більша ймовірність, що їх подальші відповіді будуть дійсно виражати правдиву думку. Проте, це не є показником щастя. Їх сприйняття громадського публічного простору міста як «щасливого простору» проявляється через дрібниці, що вже є в просторі. При цьому, відношення до простору в більшості випадків має

позитивний відтінок. Такі люди (реалісти) склали 19 % опитуваних. Для їх зацікавленості необхідно сконцентруватися на об'єктах, що роблять простір комфортним для перебування, а також привертають до себе увагу (унікальні об'єкти).

Згадку про хобі, а також екстра інформацію в представленні надають, зазвичай, задоволені життям люди. Їх сприйняття громадського публічного простору міста, як «щасливого простору», проявляється через людей в просторі, його атмосферу. Тобто, вони не концентруються на окремих об'єктах (їх наявності чи відсутності), а сприймають досвід вцілому. Найчастіше, вони не критикують даний досвід або публічний простір, а позитивно відгукуються про будь-яке враження. Такі люди (задоволені життям) склали приблизно 56% опитуваних. Для їх зацікавленості необхідно потурбуватися про загальний вигляд простору та ті функції, що в ньому присутні. Кількість та тип об'єктів, що знаходяться в громадському публічному просторі, грають другорядну роль.

Група респондентів, що відповідала дуже лаконічно та неохоче на питання про представлення себе (буквально два-три слова), як правило, доволі критично чи негативно відноситься до існуючих громадських публічних просторів. Недоліки та зауваження до простору значно переважають в подальших відповідях. Такі люди (критики) склали 23 % опитуваних. Для їх зацікавленості необхідно задіяти, як можна, більше функцій в просторі та приділити увагу зеленим насадженням, водоймам та благоустрій території, що потенційно позитивно впливає на настрій відвідувачів простору. При цьому є вірогідність, що навіть з наявністю впорядкованих та акуратних зелених насаджень для подібних індивідів знайдеться привід для критики.

2. «Чи вважаєте Ви себе щасливою людиною? Чому так чи ні?»

Чим довше людина думає, як відповісти на питання про особисте щастя – тим менше вона впевнена в собі, живе майбутніми планами чи минулими здобутками, а не сьогоднішнім. Ті, кому питання здається складним – або не мають конкретних цілей в житті і плывуть за течією, або це теж свідчить про їх невпевненість. Їх сприйняття громадського публічного простору міста, як «щасливого простору», проявляється через критику вже існуючих, підкреслено негативне ставлення до будь-яких об'єктів, що заважають вільному пересуванню, публічності, спілкуванню та взагалі громадським функціям. Такі люди склали 44% опитуваних. Для їх зацікавленості необхідно акцентувати увагу в просторі саме на

природних елементах, а не на штучно створених людиною. Це на фізіологічному рівні позитивно впливає на настрій та психологічний стан.

Швидкі, чіткі позитивні відповіді, зазвичай, надають люди, що знайшли себе і своє призначення. Їх сприйняття громадського публічного простору міста як «щасливого простору» проявляється через будь-які об'єкти в просторі або будь-яку функцію. При загальній задоволеності життям навіть недоліки сприймаються ними не так гостро та критично. Такі люди склали 56 % опитуваних. Для їх зацікавленості необхідно, як правило, присутність інших людей в просторі (звісно, в розумній кількості).

Загалом, кількість щасливих людей переважає над тими, хто дав негативну або нейтральну відповідь.

3. «Яким був ваш останній щасливий момент? Опишіть його».

Останній щасливий момент багато говорить про світосприйняття людини. Це те, що найбільш цінується, вражає, чому приділяється увага, і що залишається в пам'яті. Якщо цей момент був достатньо давно, то людина перенапружує себе, займається справою, що не любить, і частіше всього не відчуває себе щасливою. «Кожен момент щасливий» – є правдою, якщо людина не сильно переймається проблемами в житті, менше аналізує кожную ситуацію або навмисно не помічає негативу. Це також свідчить про стабільність поглядів, внутрішній дзен і, в цілому, врівноваженість. Щасливий момент може бути пов'язаний з громадським публічним простором. Зазвичай, респондент описує певну подію, очевидцем якої він став в просторі, та людей, що були з ним поряд. Чим сильніше дана подія вразила опитуваного (як позитивно так і негативно), тим більше дрібниць та деталей він згадає при описанні простору. При описанні простору конкретні деталі йдуть приблизно в такому порядку:

- 1) щось кремезне, високе, дуже яскраве або незвичне; в першу чергу, можуть описувати велику кількість людей або велику кількість подібних предметів;
- 2) об'єкти, що рухаються, та взаємодія людей в просторі;
- 3) більш дрібні об'єкти, їх колір, розмір, світло-тіньова композиція всього простору;
- 4) запахи та звуки на фоні;
- 5) текстура та фактура; якими є елементи простору на доторк;

б) особисте ставлення до предметів і людей; враження, що залишилися після даної події та елементів простору, що її оточували.

Розташування опису громадського простору в даному порядку вказує на важливість певних визначальних характеристик його об'єктів, які більш за все привертають увагу і запам'ятовуються, і потім з ними у людини асоціюється даний простір. Саме вони, з більшою ймовірністю, можуть бути «мемізовані» і відповідно їм слід віддавати пріоритетність розвитку.

4. «Чи можуть матеріальні, неживі, речі приносити щастя? Якщо так, то які саме?».

Запитання про матеріальні речі, що викликають щастя, є подібним до запитання про щасливий момент (бо теж акцентує на тому, що люди помічають, і що є важливим для них), але більше тяжіє до конкретики. Чи так важливо чогось торкатися, чимось володіти, щоб з'являлися приємні відчуття в певному місці, чи атмосфери місця буде цілком достатньо? Показники результатів відповідей після їх обробки і підрахунку виявилися занадто неочікуваними. Думка про швидкоплинність ефекту від матеріальних речей є більш характерною для чоловічої половини опитуваних, в той час, як жіноча половина впевнена, що завдяки тактильним відчуттям перша отримана радість від речей повертається. Для них необхідним є рефлексія, спогад, що пов'язаний з об'єктом, його фактурою. Для чоловіків є важливим ефект миттєвого враження (тут і зараз), а також є важливим загально визнана цінність певного об'єкту (його статус). Матеріальні персональні речі (телефон, різні електронні гаджети, прикраси, косметика, одяг, авто) є загалом дуже цінними (з ефектом оцасливлення) для молодих людей віком до 30 років, а особливо, до 20 років. Матеріальні речі, що не є в особистій власності, набувають особливої цінності людьми в більш старшому віці. Отже, це приводить до висновку, що громадський публічний простір та об'єкти в ньому не мають надто великої цінності серед молодих людей, бо напряду їм не належать, а є у користуванні всіх жителів міста. Це також пояснює вандалські нахили серед молоді, жертвами яких і є об'єкти публічного простору. По аналогії з новими (коштовними) матеріальними речами, що можуть принести щастя, для зменшення вандалізму і тенденції до засмічування публічного простору його елементи мають виглядати дорого. Це можуть бути об'єкти-меми, що передають повідомлення про власну цінність та виглядають

коштовно. Дуже мінімалістичний (недостатня кількість чи відсутність об'єктів, за які може зачепитися увага, або тих, що є приємними чи незвичними на доторк), як і занадто перенасичений простір буде приносити тільки негативне враження.

5. «Уявіть себе в місті. В будь-якому реально існуючому місті. Ви стоїте перед будівлею. Опишіть її. Чи зайшли б Ви в цю будівлю або залишилися би споглядати на неї ззовні? Поки Ви вирішуєте, подумайте, чи є зв'язок між Вами і архітектурним об'єктом, який Ви уявили? І чому саме він прийшов Вам на думку першим?».

Запропоновані автором конкретні запитання, що починаються з «Уявіть себе...», стимулюють у респондента згадку про першу асоціацію з місцем. Як правило, це місце, з яким у людини встановлений емоційний зв'язок і не обов'язково це те місце, де вона вже була.

Запитання про будь-яке місто і будь-яку будівлю, що людина уявляє собі першою, – двозначне. По-перше це спроба виявити місця та будівлі, що викликають найбільший емоційний відгук у різних людей. А також, з виглядом, рисами та характером яких будівель вони себе найбільше асоціюють. Це є важливим при визначенні потенційних сталих семантичних архітектурних стереотипів громадських публічних просторів і потенційних архітектурних об'єктів-мемів. По-друге, з точки зору символіки, певна будівля – є відображенням самої людини та того, як вона взаємодіє із зовнішнім світом. Чи зайде респондент всередину будівлі, що уявив, або залишиться споглядати зовні – якраз те, як він позиціонує себе, або як бажає, щоб інші сприймали його. Якщо людина залишиться ззовні – це означає, що її внутрішній світ занадто для неї цінний і крихкий для того, щоб з кимось ділитися, і вона буде його охороняти за фасадом. Це також свідчить про тип поведінки в публічному громадському просторі.

Ті респонденти, що будуть оглядати будівлю як ззовні, так і зсередини, в реальній ситуації будуть активними користувачами публічного простору, а не пасивними споглядачами або просто перехожими. Для таких індивідів в громадському публічному просторі важливим є наявність активних зон, де можна піти на контакт з іншими. Такі люди склали 32 % опитуваних.

Для групи респондентів, яка не заходить всередину будівлі, важлива приватність в громадському публічному просторі та збереження особистого простору. Така приватність

може бути забезпечена місцями виключно для усамітнення в публічному просторі. Вони мають бути невеликими за розмірами, камерними, щоб разом з приналежністю до загального цілого водночас було присутнє відчуття відокремлення і захищеності. Такі люди склали 68% опитуваних.

Цікавим є факт, що 42% від всіх опитаних уявляли себе в рідному місті, а серед них 20% – біля власного будинку або місця, де вони мешкають.

На початку експерименту планувалося визначити саме зв'язок позитивних емоцій з тими будівлями чи їх оточенням, де респонденти себе уявляють, але в багатьох випадках люди уявляли місця, де отримали негативний, хоч і дуже сильний, заряд. Це означає, що якість простору або об'єктів в ньому (якість їх матеріалів, будівельних робіт, оздоблення, декору) не є ключовим моментом в їх фінальній оцінці. Оцінка формується за ситуацією, яка переживалася в даному місці (будівлі або оточенні) та відчуттям, що виникали внаслідок цього, або за уявною ситуацією, що могла би потенційно відбутися (тоді це будуть уявні враження-упередження).

Люди, що не мають зовсім ніякого відношення до архітектури, описували і оцінювали будівлю і місце в такому порядку:

- 1) впізнаваність та популярність через використання; скандальність; відомість архітектора;
- 2) нова чи стара будівля і місце; функція; історична епоха, в яку була споруджена;
- 3) колір, домінуючий матеріал (в більшості випадків описання починалося зі зашкленних поверхонь);
- 4) акцентні елементи (можливо, без точних назв в силу незнання архітектурних термінів);
- 5) деталі, що запам'ятовуються.

Подібне розташування вказує на розподіл пріоритетів у сприйнятті людиною певної будівлі і громадського публічного простору в цілому. І перше місце займає їх функціональне наповнення та активність, пов'язана з діями і подіями в них.

6. «Уявіть себе в будь-якому громадському публічному просторі міста. Реально існуючому просторі. Озирніться навколо. Що в цьому просторі Вам настільки подобається, що Ви б повернулись сюди знову? А що, на противагу, виводить Вас з себе або

викликає обурення настільки, що, будь Ваша воля, Ви б прибрали це з даного простору?» (рис.3.2, 3.3).

Запитання про громадський публічний простір ставлять обмеження, що в просторі, де ти себе уявиш, повинні бути незнайомі люди. Це відрізняється від попереднього питання про будівлю, бо там діалог з собою, а тут – діалог з соціумом. Так як громадський публічний простір, в першу чергу, перетин зон комфорту різних людей, питання виявляє, що саме респонденту подобається чи не подобається в соціальному і архітектурному оточенні, в якому він живе. Було декілька публічних просторів, які попередньо не домовляючись, обрали багато респондентів. Серед них – відкритий музей; публічна бібліотека; головна площа міста (наприклад, Таймс Сквер, Майдан Незалежності, Трафальгарська площа); виставково-розважальний простір; будь-яка черга; місце, де респондент знаходиться в момент проведення інтерв'ю. Приблизно половина відповідаючих назвали місця, де ніколи не бували до цього, але бачили в якомусь із медіа чи чули відгуки від друзів, що даний публічний простір вартує уваги. Інша половина – обрали простір, де вже бували. Із них 55% назвали громадський публічний простір в рідному місті. Причому, дуже несподіваним виявилось те, що майже ніхто не уявляв себе у парку, попри те, що наявність озеленення практично всі респонденти віднесли до найбільш цінних характеристик громадського публічного простору.

Серед того, що найбільше подобається в обраному просторі, домінують варіанти: 1) різноплановість подій в ньому; 2) наявність озеленення і благоустрій території; 3) чистота; 4) затишність; 5) відсутність шуму та пилу від машин. Так, наприклад, 45% опитуваних сказали, що їм подобаються громадські публічні місця поблизу водойм, що якраз включає всі вищеперелічені характеристики. Серед того, що навпаки викликає обурення, з великою перевагою лідирує відповідь про безкультурну поведінку людей в публічних просторах і взагалі велике скупчення людей. Доповнюють список негативних ознак простору: засміченість, шум від магістралей поблизу, візуальна «бідність» простору, недоступність, незручний або відразливий дизайн вуличних меблів, відсутність велодоріжок, тощо.

Ці відповіді також свідчать про те, що найбільш привабливим для людей в громадському публічному просторі є різноплановість подій в ньому, що, в свою чергу,



Рис. 3.2 Результати експерименту «Архітектура та щастя». Характеристики громадського публічного простору і його об'єктів, що викликають позитивний відгук у людини

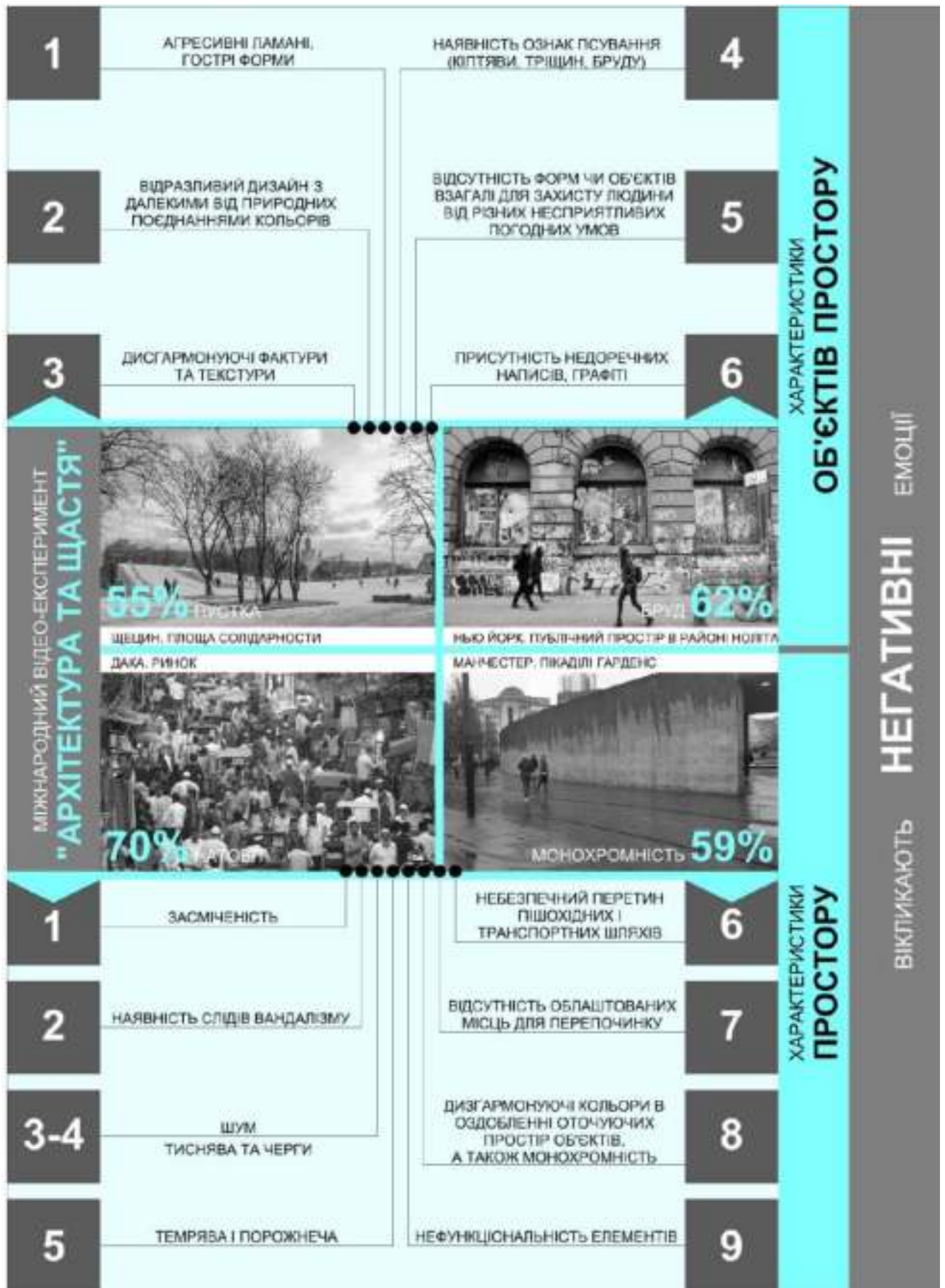


Рис. 3.3 Результати експерименту «Архітектура та щастя». Характеристики громадського публічного простору і його об'єктів, що викликають негативний відгук у людини

забезпечується його різноманітним функціональним наповненням і підтримується комфортним перебуванням в ньому.

7. *«Назвіть ідеальний, чи майже ідеальний громадський публічний простір міста особисто для Вас?».*

Питання про ідеальний, або близький до ідеального громадський публічний простір є питанням на візуалізацію зони комфорту учасника (з тим доповненням, що зона знаходиться в місті і впускає в себе інших людей). На початку експерименту автор сумнівався, чи взагалі знайдеться таке місце (перетин комфорту в публічному), проте для людей різного віку такі простори в місті знайшлися. Хоча процент відповідей: «Такого не існує» – більше ніж половина. До того ж, це питання, над яким абсолютно всі думають найбільше. Дуже нехарактерні відповіді було отримано від решти учасників. Наприклад, 23% опитаних зупинилися на ідеальному варіанті публічного простору, в якому б було мінімум, або зовсім не було б людей. Більше того, ідеальним публічним простором вони вважають такий, де найменш помітним є втручання людей (не урбанізований простір) і оточення формується виключно природними елементами (озелененням, травою, квітами, деревами, камінням, водою). Така точка зору щодо близького до ідеального простору характерна для більшості практикуючих та майбутніх архітекторів.

Доповнюється список майже ідеальних місць в основному парковими зонами, головними площами історичних частин міст, затишними подвір'ями біля дому, арт-просторами, площадками для концертів та ярмарок. Серед майже ідеальних місць, на подив, дуже мало саме центрів мегаполісів, відповіді тяжіють, в основному до більш камерних варіантів (рис.3.4).

Порівнюючи відповіді на 6 і 7 питання, слід зробити висновок, що уявлення людей про ідеальний громадський публічний простір кардинально відрізняються від представлення себе в існуючому якісному громадському публічному просторі міста. Приоритетність активності і різноплановості подій в ньому заміщається на камерність. А в якості прикладів, на перше місце виходять паркові зони (за думкою майже 68 % респондентів).



Рис. 3.4 Результати експерименту «Архітектура та щастя». Узагальнені характеристики громадського публічного простору міста, близького до ідеального

8. *«Тепер уявіть себе в цьому майже ідеальному громадському публічному просторі. Скільки Вам потрібно буде грошей в цьому просторі, щоб відчувати себе комфортно, безтурботно і щасливо? І на що Ви їх витратите?».*

Останнє запитання просить назвати конкретну суму, за яку можна «купити» щастя, спокій, безтурботність (при тому, що людина вже знаходиться в зоні комфорту – в практично ідеальному громадському публічному просторі). Також це дає відповіді, на що люди витрачають гроші, а також, чого їм не вистачає (вони це хочуть «купити») в громадських публічних місцях. Так, більше 50% опитаних сказали, що їм нічого не потрібно в обраному просторі і кількість грошей становить – 0; а 18% опитуваних сказали, що потрібна їм сума складає 10-15 долларів на каву або щось невелике, щоб перекусити; 13% відповіли, що в даний простір взяли б з собою близьку людину в першу чергу, а не гроші; 15% опитаних називали великі суми або відповідали, що відчували б себе найбільш комфортно, якщо б володіли простором, в якому знаходяться; 8% утрималися від відповіді або інтерпретували питання, як недоречне. І тільки 1% опитуваних поцікавилися, яка ціль їх перебування в цьому просторі. Від цього напряду залежить і кількість грошей, що потрібні. Це означає, що в громадському публічному просторі в більшості оцінюється не можливість щось придбати чи продати, а отримати і розділити з кимось враження.

3.4 Результати експерименту

Проведений соціологічний відео-експеримент підтвердив висунуту автором гіпотезу стосовно зв'язку між існуючими характеристиками громадського публічного простору міста і відчуттям щастя людей в ньому. І містками в цьому є саме об'єкти-меми, які викликають емоційний відгук, спогади та активують фантазію, асоціації і реакцію (рис.3.5).

Навіть відразу після відвідування певного простору не всі його складові частини залишаються в пам'яті та взагалі помічаються. Виключаючи випадки, коли людина є вкрай уважною та спостережливою (що передбачає постійну готовність сприйняття), здатність помічати в речах і явищах ознаки і риси істотно важливі, цікаві і цінні з якоїсь точки зору, є рідкісною для більшості людей. Тому найбільше врізаються в пам'ять ті об'єкти публічного



Рис. 3.5 Статистика експерименту «Архітектура та щастя». Модель зв'язку громадського публічного простору міста і відчуття щастя людини в ньому

простору або їх фрагменти чи деталі, що є визначальними, передають яскраво виражений емоційний посыл, і завдяки оригінальному вигляду яких і є можливість відрізнити один громадський публічний простір від іншого. І для можливості описання простору людина використовує поняття, що є доступними для розуміння багатьма, що передають одним словом і зміст і функцію, і можливу дію і взаємодію з певним об'єктом в публічному просторі. Саме ці об'єкти, від яких залежить враження і на яких тримається згадка про дану територію – місце, частіш за все і є архітектурними мемами.

Відповідно до поставлених завдань здійсненого соціологічного відео-експерименту «Архітектура та щастя» було зроблено нищенаведені висновки, які стали підґрунтям для створення графічної моделі громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому (рис.3.6). Також, отримані автором результати знайшли відображення в запропонованій моделі зв'язку громадського публічного простору міста і відчуття щастя людини в ньому (рис.3.5).

1. На підставі аналізу відповідей 1981 опитуваних з 29 країн світу, серед яких 41% – чоловіки, 59% – жінки; 3% – віком до 13 років, 24% – віком 13-20 років, 51% – віком 20-30 років, 13% – віком 30-60 років, 9% – 60 років і старші, було отримано наступні результати: 56% респондентів вважають себе щасливими або дуже щасливими, 11% – частково щасливими, 10% – більш нещасливими ніж щасливими і нарешті 23% – відповіли, що зовсім не є щасливими. Переважна більшість щасливих – жінки віком 18-23 років (67%), переважна більшість нещасливих – чоловіки віком 25-30 років (55%) (рис.3.5).

Виявлено фактори, що визначають щастя або нещастя людини. Основними факторами є реалізованість, сім'я, гармонія та спокій, свобода вибору та дій, приналежність до соціальної групи (колективу), що любить та цінує, а також улюблена робота, яка приносить плоди, та яку людина сприймає скоріше як розвагу. Додатковими факторами є можливість втілення ідей та планів в життя, друзі, однодумці та хоббі. Задоволені життям респонденти кажуть: «Немає нічого зайвого, що можна додати або відняти, і я нічого не хочу змінювати в житті». Щасливі та задоволені життям люди (56% респондентів) невибагливі до громадського публічного простору міста. В публічному просторі їх найбільш цікавлять та привертають увагу саме інші люди. Нещасні (23%

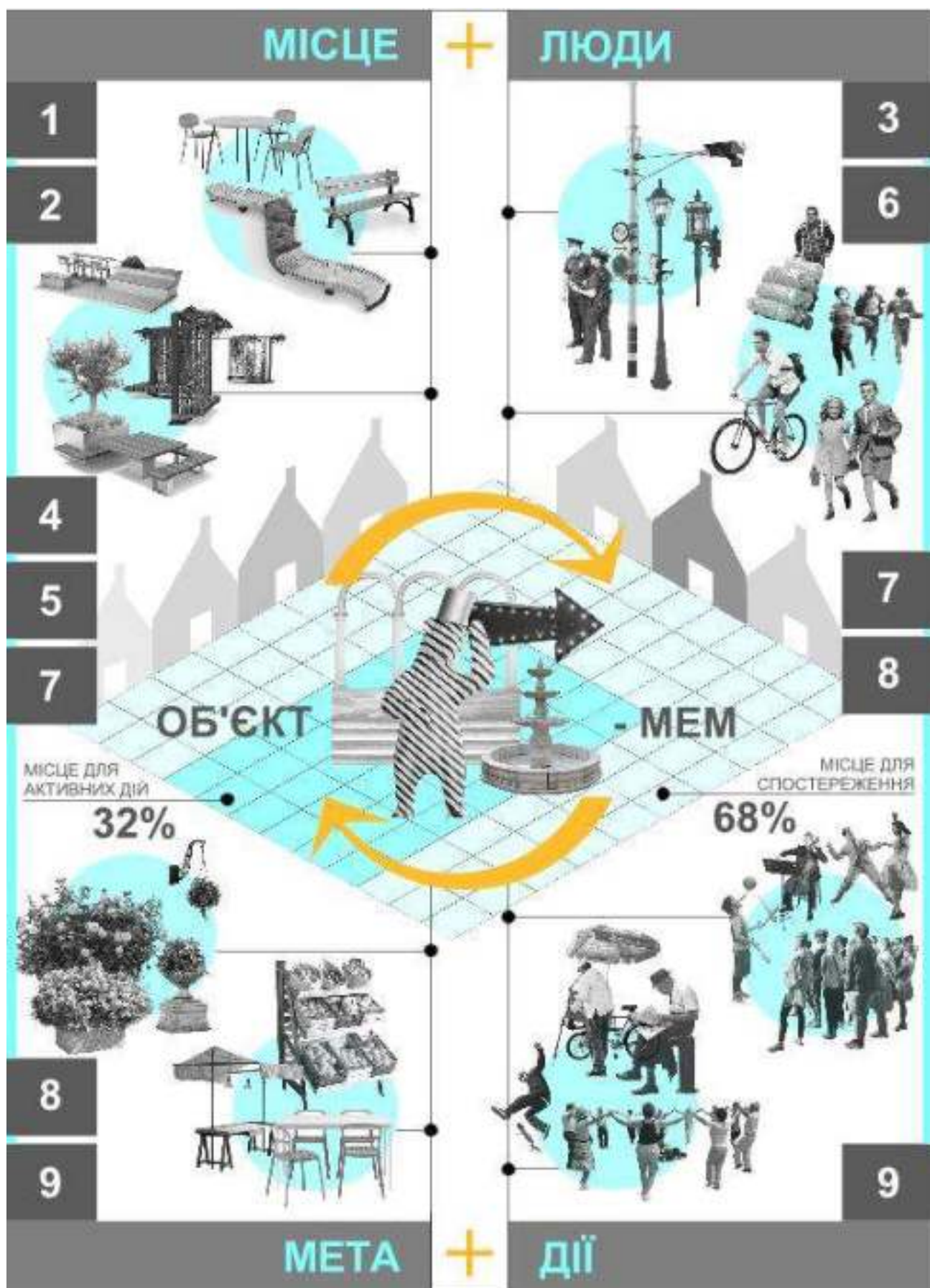


Рис. 3.6 Результати експерименту «Архітектура та щастя». Графічна модель громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому

респондентів) або близькі до цього люди (10% респондентів) навпаки дуже вибагливі до публічного простору і схильні критикувати більшість його елементів.

Окрему групу складають ті респонденти, що пов'язані професійно з архітектурою або дизайном. Як щасливі, так і нещасні, респонденти даної категорії найбільш фокусуються в громадських публічних просторах саме на якості робіт, і якості та деталізації окремих об'єктів (наприклад, вуличних меблів, покритті доріжок, елементах декору), а також на матеріалах, з яких вони зроблені. Люди в публічному просторі, в більшості випадків, не є для них основним предметом цікавості.

2. Стало відомо, як відрізняється сприйняття щастя та «щасливого простору» у людей різного віку, статі, достатку, рівня відомості особистості, релігійних поглядів та національності.

Діти (98 %), відповідаючи на запитання про щастя, найчастіше пов'язують його з членами своєї сім'ї та здоров'ям. «Щасливий простір» та «щасливу архітектуру» вони описують, як такі, тільки при наявності об'єктів-вражень в них (наприклад, де смачна їжа, де є атракціони, де можна подивитися кіно, тощо), розділяючи щастя знову ж таки з сім'єю.

Підлітки та молоді люди, незалежно від статі, в більшості (90 %) відділяють щастя від сім'ї на користь самореалізації, однодумців, стосунків та навичок. Оскільки для молодих людей неабияку цінність мають особисті досягнення та коштовні або якісні речі, що є саме у персональній власності (так званій ближній зоні сприйняття), штучне міське середовище, що формується архітектурою, не є в пріоритеті їх уваги. Змістити фокус на елементи штучного оточення, що є у загальному вжитку містян, можуть знакові об'єкти, що в першу чергу допомагають орієнтуватися в просторі (їх незвична або унікальна функція, великі габарити, яскраві кольори, оригінальна форма тощо). Зміщує фокус на архітектурне оточення з природного оточення скандальна ситуація навкруги певного об'єкту або їх групи, чи думка впливової людини, що вказує іншим звернути особливу увагу на певний елемент простору.

Природне оточення, а також глобальні екологічні проблеми, є в фокусі особливої уваги. Молоді люди, що виростили в добу Інтернету, як правило, в курсі соціальних і природних негараздів, від вирішення яких залежить економічний і соціальний прогрес людства. Вони також відчують можливість своєю думкою, опублікованою в соціальних

мережах, впливати на цю глобальну ситуацію. Тому в публічних просторах благоустрій та озеленення ніколи не залишаються поза їх увагою.

При цьому, за результатами експерименту, темою, що викликає негативний емоційний відгук, як у більш дорослих людей, так і у підлітків, є дисонанс архітектурних стилів та протиріччя «старе-нове».

Громадський публічний простір і архітектура, що приносять позитивні емоції, для молодих людей тісно пов'язані з життєвою подією, що відбувалася в ньому чи на фоні цієї архітектури. Окреме функціональне наповнення може посприяти тому, що певні події відбудуться в цьому просторі, так само, як і наявність або відсутність певного об'єкту в ньому. І саме ця обставина пов'язує зміну настрою людини від взаємодії з матеріальним неживим об'єктом громадського публічного простору.

Зрілі особистості та люди похилого віку, незалежно від достатку і рівня відомості, які в житті не мають професійного зв'язку з дизайном та архітектурою, (70 %), більш уважно відносяться до штучного середовища, що їх оточує в місті. Їх сприйняття охоплює, як ближню, так і дальню зони. Особливо ними цінуються об'єкти зі своєю історією, сакральна архітектура, як пам'ятки та історичне середовище, так і сучасні громадські публічні простори (рис.3.5). З одного боку, більш усвідомлене ставлення до громадського публічного простору виключає нанесення шкоди його об'єктам. З іншого боку, така увага до простору є передумовою для особливого акценту на його недоліках, осуду діяльності людей в цьому просторі (і, взагалі, наявності людей) та виникненню додаткової критики.

Національність, як правило, не впливає на особливості сприйняття простору людиною. Тим паче, якщо це стосується молодих людей. Проте релігійні погляди людини можуть впливати на її сприйняття і поведінку в певному просторі (проявляється через можливий контакт з іншими, свободу в діях, розкутість, цілі перебування в ньому).

3. Визначено, що є прямий взаємозв'язок між такими речами, як: представлення себе, швидкість відповідей на запитання інтерв'ю, задоволення життям та сприйняттям громадських публічних просторів. Невдоволені життям люди, або респонденти, яким чогось не вистачає для повного щастя, як правило, порівняно довго думають, відповідаючи на запитання експерименту, і пред'являють критику та достатньо високі вимоги до громадських публічних просторів міст. Для них не існує ідеального або навіть

наближеного до ідеального громадського простору, якщо він є результатом діяльності людини. Для них найбільш цінним є наявність розвиненого природного компоненту у штучно створеному просторі. Більш за все в існуючих громадських публічних просторах міст їм не подобається велика кількість транспортних засобів, тиснява, гучні звуки та неприємні запахи. Критики також зазнає і якість забудови, що формує ці простори.

Люди, що є щасливими, навпаки високо цінують результат людської роботи та зусиль. Відповіді на всі запитання експерименту отримуються, як правило, одразу і в більш розгорнутому вигляді, ніж у «нещасних» респондентів. Тобто, такі люди більш словоохочі, швидкість мови набагато перевищує невдоволених людей, а відношення до архітектури і негараздів громадського публічного простору більш поблажливе. Однак, серед існуючих недоліків вони переважно всі (70 %) визначали занадто велику кількість людей (рис.3.5).

4. Виявлено, як асоціації з певною архітектурою та громадським публічним простором характеризують особистість. Будівля, що уявляється респондентами, уособлює прагнення, показує основні цілі людини та самопозиціонування. Поверховість, дата спорудження будівлі та її загальновідомість говорить про амбіції респондента. Можлива діяльність по відношенню до будівлі – це відбиток характеру (екстравертний, амбівертний або інтравертний тип особистості), а також найбільш вірогідний тип поведінки людини в громадському публічному просторі (спостерігач, аніматор, активний учасник подій, тощо).

Серед опитаних респондентів виявлено 68% тих, хто ймовірно будуть спостерігачами певних подій у просторі (відповідно, не зайдуть в уявлену ними будівлю), і 32% тих, хто ймовірно стануть їх активними учасниками (рис.3.5). Це є важливим при наповненні громадського публічного простору, як місцями для активних дій, так і спокійного відпочинку та спостереження за цими активностями, що і знайшло відображення в запропонованій його графічній моделі (рис.3.6).

5. Встановлено, що конкретних об'єктів чи певних елементів, що гарантовано перетворюють архітектуру і простір в «щасливі» немає. Є ситуації, під час яких людина перебуває на емоційному підйомі, отримує нові враження та позитивно реагує на оточення взагалі. Чи певні події, які справили враження і сподобались, відбулись в певному просторі, і внаслідок чого у людини склалися позитивні згадки про нього. Також оптимістично настроєні люди спостерігають порівняно менше недоліків в громадському публічному

просторі міста. Отже, певні дії і події в архітектурному оточенні впливають на сприйняття останнього людиною. Безперечним залишається той факт, що для позитивного сприйняття має бути активний громадський публічний простір, що забезпечується різноманітним функціональним наповненням і якісним його облаштуванням [33]. Це також знайшло відображення в запропонованій його графічній моделі зі взаємозв'язком його чотирьох складових – «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії» (рис.3.6).

Сприйняття окремих об'єктів громадського публічного простору залежить також від кількості уваги, що їм приділяється, ступеня вразливості людини та емоцій, з якими вона вже приходить в певний простір. Також цікавим є факт, що знаходячись в публічному просторі самотійно, людина більше звертає увагу на інших людей. Коли ж у неї є компанія, фокус зміщується на функції, активності та на обговорення тих об'єктів, якими цей простір наповнений.

Є лише певний набір характеристик цих об'єктів чи їх елементів, що з фізіологічної точки зору сприятливо впливають на настрій людини, проте не гарантують максимального результату. До них можна віднести наступні: 1) процентне співвідношення природних та штучних поверхонь оточення (більше половини на користь природних); 2) натуральні, екологічні матеріали з низьким коефіцієнтом теплопропускання (холодні поверхні є менш привабливими для людини і урізають можливі дії по відношенню до них); 3) візуальне різноманіття, що не переходить межі візуального хаосу (монохромний простір з 2-3 основними кольорами сприймається відчужено, і, в той же час навпаки, перенасичення його надписами і строкатими деталями веде до розфокусування уваги та роздратування); 4) естетична привабливість і гармонійні кольорові рішення (природні кольори, що не викликають агресії, та від яких не втомнюється око); 5) високий рівень безпеки в просторі та об'єкти, які його гарантують, наприклад, різновисокі ліхтарі та елементи підсвічування поверхонь, а також відсутність гострих завершень і країв поверхонь на рівні зросту людини (при цьому закриті двори та високі паркани в публічних просторах сприймаються найчастіше негативно); 6) рельєфні тактильні поверхні, які найбільш подібні до природних (наприклад, патерн, що не має природного походження, викликає у людини відчуження, бо є занадто штучним); 7) чистота, доступність, наявність елементів для захисту від

несприятливих погодних умов, а також шуму (рівень шуму має не перевищувати 60 ДБ, як для тихого двору), тощо (рис.3.2, 3.3, 3.6).

6. З'ясовано, що об'єкти в просторі, які ми бачимо, проте не приділяємо їм уваги, не впливають на наш емоційний стан. Такі об'єкти не залишаються в пам'яті і тому не викликають емоційного відгуку. Отже, для того, щоб певний об'єкт в просторі впливав на людину і її емоції, щонайменше, до нього слід привернути її увагу. Це можливо зробити штучно, за допомогою виділення його світлом, кольором, незвичним матеріалом оздоблення, або акцентуванням на його функціях та взаємодії з ним, тощо.

7. Виявлено об'єкти, що викликають емоційний відгук, активують фантазію, асоціації і реакцію людини (рис.3.6). Це, в більшості, є об'єкти-меми або семантичні архітектурні стереотипи певного простору, що можуть ними стати. Вони можуть бути різного розміру, форми, кольору, з різним типом поверхні. Спільною і визначальною особливістю їх є здатність передавати складний посил за допомогою свого існування та розташування в просторі. Даний посил зрозумілий кожному, тому він реплікується в іншому громадському публічному просторі з використанням визначальних характеристик оригіналу, а сам об'єкт перетворюється в символ, спонукаючий до дії або бездіяльності та провокуючий на певну поведінку. До їх характеристик, що стали очевидними в ході експерименту, можна віднести наступні: 1) сигнальний колір (асоціація із заборонаю дії або наполяганням на певній дії); 2) спеціальний тактильний тип поверхні (випуклі або западаючі елементи є або елементами гри, або застереження); 3) гіпертрофовані габарити (коли це об'єкт публік арт, то він може стати об'єктом-орієнтиром чи атрактором для даного простору); 4) ритмічність їх композиції (що означає рух в певну сторону або вздовж певних поверхонь простору), тощо. Їх вдалі і невдалі комбінації, як між собою, так і в поєднанні з не архітектурними об'єктами (такими, як транспорт, флора, тощо) визначають враження, що справляє певний громадський публічний простір міста в цілому на людей. Для прикладу, не завжди вдалими об'єктами, на думку багатьох респондентів, є покриті графіті торці будівель, що обмежують цей простір. Вдалими – є мурали, що також розміщуються на глухих фасадах будівель і їх оживлюють. Різниця між ними полягає в естетичній цінності та змісті-повідомленні, що в них вкладається.

8. Можна узагальнити, які саме характеристики мають бути у близького до ідеального громадського публічного простору міста, що викликає позитивні емоції у людини в ньому (рис.3.4), за думкою різних (більшості, майже 85 %) респондентів, а саме:

1) гармонійне поєднання природних і штучних компонентів, як в цілому у просторі, так і в його окремих об'єктах, їх оздобленні;

2) закритість композиції чи поєднання у загальній відкритій композиції окремих місць із закритою композицією, об'єднаних певними зв'язками;

3) співмаштабність всіх об'єктів і простору в цілому з людиною;

4) поєднання прямих і криволінійних форм у морфології простору і його окремих об'єктах;

5) приємні на дотик фактури всіх поверхонь на рівні зросту людини; природні кольори;

6) наявність штучного освітлення для підвищення привабливості і безпеки у вечірні години;

7) когнітивна легкість (інформація, що несе кожний об'єкт у певному громадському публічному просторі і простір в цілому має бути зрозумілою для всіх і легко прочитуватися; має бути виділено об'єкти-орієнтири і об'єкти-атрактори, що також можуть стати і об'єктами-мемами);

8) доступність і зручність (поряд зі сходами має бути наявність стрампів або пандусів, в іншому випадку доступність даного простору обмежується, як для багатьох категорій людей, так і функціонально; безпечний перетин пішохідних і транспортних шляхів, пішохідна пріоритетність; присутність місць для різнотривалого перебування в громадському публічному просторі, захищених від різних несприятливих погодних умов, забезпечить його зручність і активність);

9) наповненість різними функціями, що сприяють його активізації і різноплановості подій в ньому.

На підставі цих характеристик було запропоновано графічну модель громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому, в якій взаємозв'язані визначені його чотири складові «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії» (їх відповідне наповнення з врахуванням отриманих результатів) та об'єкти-меми, як містки у

їх поєднанні, а також поєднанні простору в цілому і позитивних емоцій у людини в ньому (рис.3.6).

При цьому, дуже важливим є правильна організація простору за рахунок розподілу і взаєморозташування функціональних зон, що допомагає зменшити навантаження на публічний простір при великій кількості одночасних відвідувачів. Слід відмітити, що за результатами експерименту ніхто не називав залюднений центр мегаполісу, як ідеальний або близький до ідеального громадський публічний простір.

Отже, виділені вище позитивні та негативні якості існуючих громадських публічних просторів міст і окремих об'єктів в них (рис.3.2, 3.3), а також узагальнені характеристики близького до ідеального громадського публічного простору, який викликає позитивні емоції у людини в ньому, (рис.3.4) та відображені в його графічній моделі (рис.3.6) дають змогу надалі сформулювати принципи, визначити прийоми та надати рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст та розміщення об'єктів-мемів в них.

Висновки до розділу 3

1. Здійснено міжнародний соціологічний відео-експеримент «Архітектура та щастя», до якого було залучено 1981-го респондента з 29-ти країн світу, для дізнання сприйняття різними людьми громадського публічного простору міста. Він підтвердив авторську гіпотезу про зв'язок між існуючими характеристиками громадського публічного простору міста та відчуттям щастя людини в ньому через певні дії і події, що можуть відбуватися саме в цьому місці завдяки таким його характеристикам. І з'єднувальними містками в цьому є саме об'єкти-меми, які викликають емоційний відгук, спогади, активують фантазію, асоціації та реакцію, спонукають до певних дій.

2. Було визначено якості та характеристики об'єктів, їх вдалі комбінації, як між собою, так і в поєднанні з не архітектурними елементами, що благодійно впливають, як на настрій, так і на самопочуття людини в громадських публічних просторах міст, а саме: 1) природні, екологічні покриття і матеріали оздоблення; 2) форми, що імітують природне

середовище; 3) їх габарити, відповідні до людського масштабу; 4) фактура поверхоть, що імітує природні покриття чи їх мотиви (і, навпаки, фактура, далека від природньої, сприймається людиною, як порушення спокою та спонукання до дії); 5) наявність об'єктів чи поверхонь в їх оздобленні, що гасять шум міста, поглинають звук («зелені фасади», природні і штучні «екрани», а також декоративні елементи зі штучних акустичних матеріалів, що знижують рівень шуму до 60 ДБ); 6) відсутність дуже яскравого, мерехтливого або пульсуючого світла для підсвічування та реклами (пульсуюче світло також порушує спокій і спонукає до дії), тощо. Серед вдалих комбінацій є поєднання штучних водних об'єктів (наприклад, фонтанів) з місцями для проведення вільного часу (сидіння, спілкування, вуличної їжі, тощо) і доповнення їх місцями для творчої активності (вуличної «живої» музики). Серед морфологічних комбінацій найбільш прийнятним є поєднання текучих форм з ламаними, а не зосередження тільки на одному типі (рис.3.2).

3. До якостей і характеристик об'єктів, що викликають погіршення настрою та провокують негативну поведінку людини, було віднесено: 1) агресивні ламані, гострі форми; 2) відразливий дизайн з далекими від природних поєднаннями кольорів; 3) дисгармонуючі фактури та текстури; 4) наявність ознак псування об'єктів (кіптяви, тріщин, бруду, тощо); 5) відсутність форм чи об'єктів взагалі, що слугують захищенню людини від різних несприятливих погодних умов; 6) присутність недоречних написів, графіті (рис.3.3).

4. Узагальнено якості громадських публічних просторів, що найчастіше викликають позитивний відгук у більшості людей, а саме: 1) наявність інтегрованих природних компонентів (різноманітних рослин, газонів з травою і квітами, каміння, водойми, тваринного світу); 2) присутність натуральних матеріалів в оздобленні; 3) чистота та безпека (вечірнє підсвічування фасадів і простору); 4) доступність для всіх і зручність функціонування (наявність стрампів або пандусув); 5) наявність і рівномірність розташування цікавих для сприйняття об'єктів-атракторів, що викликають емоційний відгук (як в ближній, так і в дальній зоні сприйняття); 6) облаштовані видові точки; 7) когнітивна легкість (наявність об'єктів-орієнтирів, виокремлених за розміром, матеріалом, кольором); 8) помірна кількість відвідувачів; 9) функціональне наповнення, що сприяє різноманітним активностям і рівномірному навантаженню (рис.3.2).

5. Виокремлено також якості громадських публічних просторів, що викликають негатив, а саме: 1) засміченість; 2) наявність слідів вандалізму; 3) шум; 4) тиснява та черги; 5) темрява і порожнеча; 6) небезпечний перетин пішохідних і транспортних шляхів; 7) відсутність облаштованих місць для перепочинку; 8) дизгармонуючі кольори в оздобленні оточуючих об'єктів, а також монохромність (що сприяє посиленню ефекту «гнітючої атмосфери»); 9) нефункціональність окремих елементів (рис.3.3).

6. Отримані результати узагальнення відповідей щодо ідеального громадського публічного простору міста показали різнобічність сприйняття даного поняття, в залежності від віку, статі, заняття та задоволення життям людини. Крім того, опитування показало, що ідеального громадського публічного простору немає, і окремі простори можуть тільки прагнути досягти такого рівня якості. Виявлені розбіжності в їх сприйнятті різними групами містян є підставою для важливості врахування різних показників для залучення в певний простір різних людей і підтримки його активності.

7. Узагальнені результати щодо фінансових потреб людей в майже ідеальному громадському публічному просторі міста підтверджують умовність останнього для всіх людей і доводять необхідність в його різноманітному функціональному наповненні (трансформації в багатофункціональний громадський публічний простір), що буде сприяти підвищенню рівня комфорту і щастя людини в ньому.

8. Запропоновано графічну модель громадського публічного простору, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому, з поєднанням визначених його чотирьох складових («Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії») і об'єктів-мемів та їх наповнення з врахуванням отриманих результатів проведеного соціологічного відео-експерименту «Архітектура та щастя».

9. Отримані результати експерименту є підосновою для формулювання принципів та надання рекомендацій щодо архітектурної і функціональної організації громадських публічних просторів міст та розміщення в них об'єктів-мемів – умовно надконтекстних семантичних архітектурних стереотипів.

РОЗДІЛ 4

ПРИНЦИПИ, ПРИЙОМИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ АРХІТЕКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ГРОМАДСЬКИХ ПУБЛІЧНИХ ПРОСТОРІВ МІСТ І РОЗМІЩЕННЯ ОБ'ЄКТІВ-МЕМІВ В НИХ

4.1 Принципи і прийоми архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст

Виявлені у другому розділі визначальні характеристики об'єктів-мемів та отримані результати проведеного у попередньому розділі соціологічного дослідження обумовили формулювання відповідних принципів архітектурно-функціональної організації громадського публічного простору міста та розміщення об'єктів-мемів в ньому.

Запропоновано виділити наступні три принципи архітектурно-функціональної організації громадського публічного простору міста, а саме: «компільторності», «атрактивності», «багатофункціональності і різноманітності функцій» (рис.4.1). Разом сформульовані принципи націлені на розкриття і допомагають об'єднати в одне ціле вплив запропонованих в даній роботі чотирьох складових громадського публічного простору міста, а саме: «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії», на підвищення його якості та активності. Для кожного з цих принципів було визначено прийоми, що їх розкривають, та надано рекомендації щодо їх здійснення.

Далі детально по кожному зі сформульованих принципів.

1. Принцип «компільторності» передбачає поєднання в одне ціле різних складових громадського публічного простору міста. Об'єкт-мем, при цьому, має стати тим зв'язковим чи новим необхідним і наразі відсутнім елементом, що водночас забезпечить цілісність простору та приверне до нього увагу.

Принцип «компільторності» розкривається через наступні прийоми (рис.4.2).



Рис. 4.1 Принципи архітектурно-функціональної організації громадського публічного простору міста



ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР "COMMUNITY SPACE" ЖИТЛОВОГО КВАРТАЛУ В РАЙОНІ ГРАН-САН-БЛАС В МАДРИДІ

8

ПОЄДНАННЯ В ОДНЕ ЦІЛЕ
"АКТИВНОЇ", "НЕЙТРАЛЬНОЇ"
І "ПАСИВНОЇ" ЗОНИ
ГРОМАДСЬКОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ

4

ВИДІЛЕННЯ
"БЛИЖНЬОЇ" І "ДАЛЬНОЇ"
ЗОНИ
В ГРОМАДСЬКОМУ ПУБЛІЧНОМУ ПРОСТОРІ

1

ПРИНЦИП КОМПЛЯТОРНОСТІ

8

НАПОВНЕННЯ ГРОМАДСЬКОГО ПРОСТОРУ
КАМЕРНИМИ
"НАПІВЗАКРИТИМИ" МІСЦЯМИ

КАМЕРНА ЗОНА ДЛЯ ВІДПОЧІВКУ В ГРОМАДСЬКОМУ ПРОСТОРІ ЖИТЛОВОГО КВАРТАЛУ В РАЙОНІ ГРАН-САН-БЛАС В МАДРИДІ



Рис. 4.2 Принцип «компляторності». Прийоми, що його розкривають

1) *Поєднання в одне ціле «активної», «нейтральної» і «пасивної» зони* громадського публічного простору. Прийом сприяє залученню в певний простір різних за вподобаннями людей (через їх зацікавлення і створення комфортних умов перебування) і тим самим його активізації.

«Активна» зона передбачає найбільшу концентрацію людей і функцій. Орієнтована, в першу чергу, на людей, що відносяться до екстравертного типу особистості. Представляється через місця з домінуючими пізнавальною і розважальною функціями. Сприяє появі нових соціальних зв'язків. Об'єкти-меми, в цьому випадку, мають стати композиційними акцентами чи домінантами цих місць і організувати (сконцентрувати) всі активності навколо себе.

«Нейтральна» зона – орієнтована на людей, що відносяться до різних типів особистості, як екстравертних, так і інтравертних. Налічує місця з функціями різноманітних соціальних комунікацій, а саме місця для спілкування, активного відпочинку, отримання інформації, сервісу. Об'єкти-меми, в цьому випадку, слугують для фізичного наповнення громадського публічного простору і створення комфортних умов для тривалого перебування різних людей в ньому.

«Пасивна» зона – орієнтована, в першу чергу, на людей, що відносяться до інтравертного типу особистості. Представляється через місця з функціями спокійного відпочинку, роботи і навчання у міському просторі. Об'єкти-меми, в цьому випадку, також слугують для створення комфортних умов для тривалого перебування людей в громадському публічному просторі.

Було запропоновано автором в проєкті ревіталізації скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді (Іспанія), де в одне ціле було поєднано «активну», «нейтральну» і «пасивну» зони даного громадського публічного простору. «Активна» зона склалася з двох тем, а саме: «активний відпочинок» з майданчиками для вуличних ігор та «культурно-пізнавальний простір» з об'єктом Public Art «Стрічкою нескінченності пізнання», як каталізатор підвищення віри в себе, що також може стати і об'єктом-мемом. «Нейтральна» зона представлена темою «громадська діяльність» з інсталяцією «Дошка побажань», як медіатор між мешканцями та владою, що також може бути віднесеною до об'єкту-мему. Вісь

«активної» і «нейтральної» зони була доповнена «Водною стрічкою», ще одним об'єктом-мемом, на яку були нанизані місця для спокійного відпочинку, що сформували «пасивну» зону скверу.

2) Наповнення громадського простору *камерними «напівзакритими» місцями* (елементами). Такі місця, в першу чергу, орієнтовані на людей, що відносяться до інтровертного типу особистості. Вони мають домінуючу рекреаційну функцію, а саме є місцями для зустрічей, спілкування, релаксу чи усамітнення. Об'єкти-меми, в цьому випадку, можуть виконувати навігаційну роль і слугувати для ідентифікації цих місць. Як у випадку з попереднім прикладом ревіталізації скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді, де було запропоновано створити об'єкт-мем «Водну стрічку», яка б об'єднала всі камерні простори скверу. Об'єктом-мемом також можуть стати і самі зони для усамітнення і відпочинку через наповнення їх штучними водоймами, наприклад фонтаном, у поєднанні з комфортними місцями для сидіння і напівлежачими місцями. Було запропоновано автором в проекті організації скверу ім. Василя Сліпака в Києві.

3) *Виділення «ближньої» і «дальньої» зони* в громадському публічному просторі. Забезпечується через виокремлення частини простору (наприклад, біля будівлі чи в середині площі) із загалу за допомогою *«низьких екранів»* (наприклад, низьких рослин в кадках) для створення одночасно відчуття комфорту камерного простору і приналежності до загального цілого. Людина, знаходячись в цій виокремленій частині, відчуває себе комфортно при облаштованості «ближньої» зони. А при відсутності перешкод для спостереження того, що відбувається навкруги, на другому плані, в «дальній» зоні, в неї виникає відчуття приналежності до єдиного цілого. В даному випадку саме *«низькі екрани»* і можуть стати об'єктами-мемами громадського публічного простору міста.

Приєм було застосовано автором при створенні концепту громадського публічного простору житлового району «Красный Двор» в місті Бресті (Білорусь) та в концепті реновації житлового кварталу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді при рішенні громадського простору «Community Space» (рис.4.2).

2. Принцип «атрактивності» передбачає привернення уваги і залучення людей у певний громадський публічний простір міста для підтримання його активності, соціальної і економічної. Проявляється через введення нових об'єктів-мемів, як нових атракторів, що його активізують.

Принцип розкривається за допомогою наступних прийомів (рис.4.3).

1) **Введення контрастного яскравого кольору в окремих деталях та цілих площинах простору** на противагу з досить однорідним оточенням, що сприяє приверненню уваги і залученню до нього людей.

2) **Виділення незвичним матеріалом, світлом нових об'єктів-мемів** для привернення уваги до них. Як приклади, можна навести запропоновану автором в концепті адаптації залів «Мистецького Арсеналу» в місті Києві під інклюзивний музейно-виставковий простір інсталяцію «Soaring Arch – Ширяюче склепіння» з 200 лампочок, що імітують форму купола, традиційну для даного простору.

Такі об'єкти з незвичною комбінацією матеріалів і фактур, до того ж ефектно підсвічені, мають організувати новий чи активізувати вже існуючий громадський публічний простір міста.

3) **Введення наблік-медіа-арт об'єктів і 3D інсталяцій.** Як приклад, слід виділити загнуті екрани з 3D ефектом, розташовані на глухих фасадах будівель, оточуючих простор. Є особливо ефективними для привернення уваги людей і враження від простору у вечірні години.

4) **Відеоменінг.** Прийом, що рекомендовано для застосування, як на тимчасовій, так і постійній основі, для активізації громадського публічного простору і підсилення його емоційного впливу на людину. Особливо є ефективним при організації святкових міських перформансів в ньому.

5) **Створення «зеленого» фасаду** в оздобленні нової чи вже існуючої будівлі, що формує громадський публічний простір міста. Прийом також дозволяє трансформувати наразі неактивний глухий фасад будівлі в атрактор для певного простору і «мемізувати» його, через перенесення (тиражування) в інші простори на існуючі подібні глухі фасади будівель, що їх оточують. Новий об'єкт-мем – «зелений» фасад, стане водночас новим візуальним атрактором і організує місце

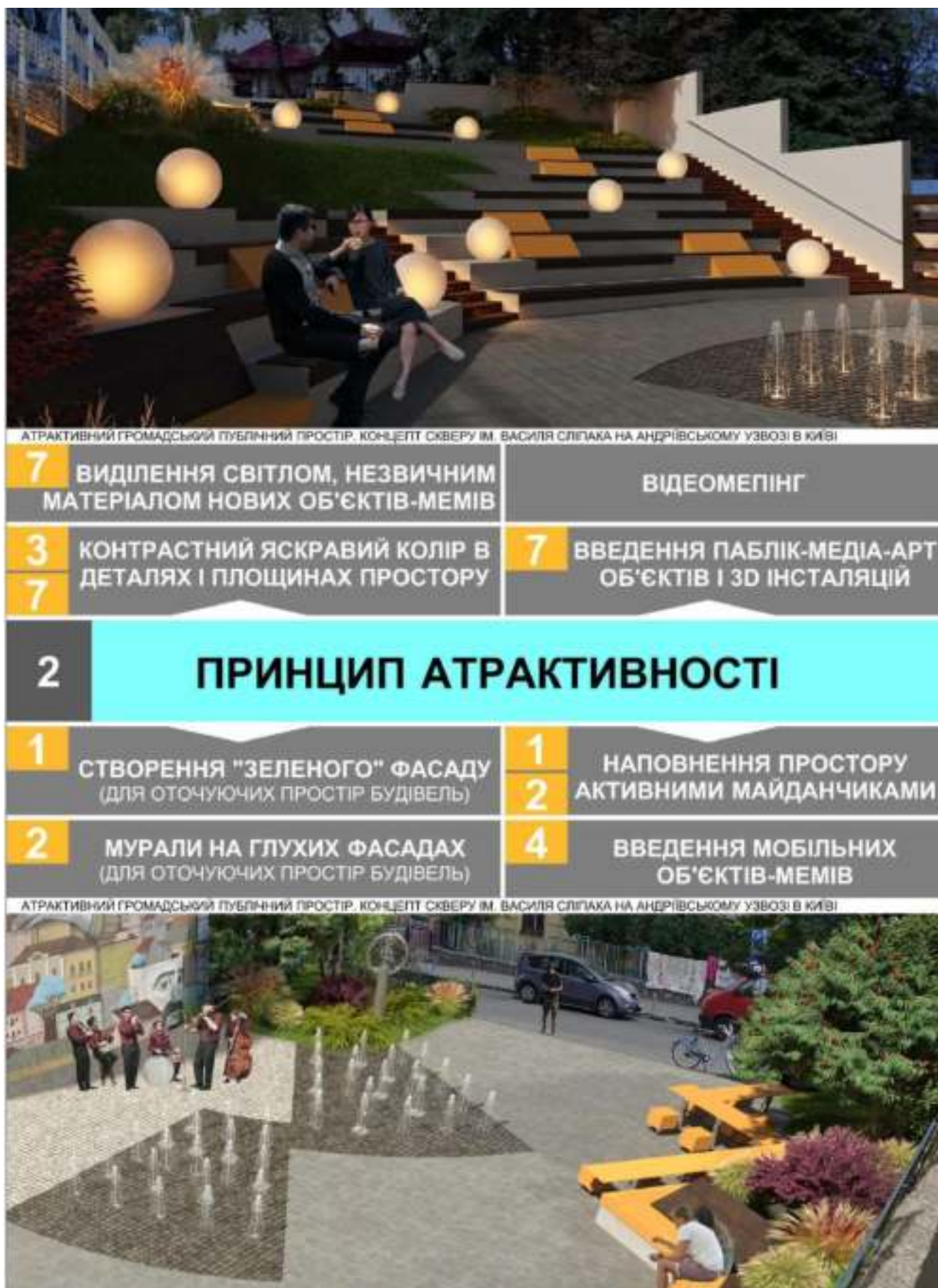


Рис. 4.3 Принцип «атраактивності». Прийоми, що його розкривають

для комфортного проведення часу людей в даному просторі, особливо в спекотні літні дні. Поряд з ним слід розмістити вуличні меблі, організувавши майданчики для відпочинку і спілкування. Їх також можна доповнити функцією обслуговування і громадського харчування. Все разом буде сприяти залученню людей в це місце і, тим самим, підвищенню соціальної і економічної активності даного простору.

б) *Створення муралів на глухих фасадах будівель*, що оточують громадські публічні простори. Цей прийом, як і зазначений попередній, також націлений на активізацію глухого фасаду будівлі, трансформацію його в атрактор для певного простору та об'єкт-мем для будь-якого громадського публічного простору міста, в якому наразі існують подібні будівлі. Новий об'єкт-мем – фасад з муралом, може також стати фоном для організованого перед ним арт-майданчика, активності якого (міські концерти, міські танці, виставки) спричинять зацікавлення різних людей, що також призведе до підвищення соціальної і економічної активності простору.

7) *Наповнення громадського публічного простору «активними» міськими майданчиками*. Вони мають отримати різні функції чи бути здатними трансформуватися під різні міські активності, а саме: місця для проведення різноманітних майстер-класів, лекцій, виступів, міських ігор, танців, тощо. В цьому випадку саме «активні» міські майданчики стануть новими об'єктами-мемами громадського публічного простору міста, тоб-то «мемізується» не тільки місце, а й дія в ньому.

Даний прийом доцільним буде застосовувати разом із зазначеними попередніми двома, для сумісного підсилення їх дії.

8) *Введення мобільних об'єктів-мемів* для зосередження уваги. Ними можуть стати кінетичні скульптури чи споруди (наприклад, колесо огляду в міському парку чи на ринковій площі); розсувні і розкладні навіси та конструкції для виділення (чи означення) певних майданчиків з певною функцією в загальній території громадського публічного простору; тощо. До подібних об'єктів-мемів також можна віднести і кінетичні фасади будівель, що оточують громадський публічний простір, які при трансформації можуть організувати простір перед будівлею, виокремлюючи його із загалу.

3. Принцип «багатофункціональності і різноманітності функцій» (різноманітного функціонального наповнення) проявляється через введення в громадський публічний простір міста багато різних функцій, що будуть цікавими і сприятимуть залученню до нього різних людей, підвищенню його якості і активності в будь-який час. Передбачає введення нових об'єктів-мемів, які доповнять і підсилять вже існуючі функції чи організують нові. А це буде сприяти укріпленню і розвитку соціальних контактів місця.

Принцип розкривається через наступні прийоми (рис.4.4).

1) **Терасування і геопластика** для виділення майданчиків для різноманітного проведення певного часу у просторі. При цьому має бути забезпечена доступність до них для всіх. Майданчики можуть бути виділені певним кольором чи матеріалом заощення, що буде їх візуально виокремлювати від транзитної зони – місць для пересування. Кожному майданчику має бути надана своя головна функція (наприклад, виставкова, культурно-освітня, розважальна, торгова, тощо), яка б, бажано, щоб не повторювалась. Це забезпечить багатофункціональність і різноманітність функцій простору. При цьому додаткові функції (комунікаційна, обслуговуюча, рекреаційна) можуть бути спільними для всіх. Наприклад місця для проведення різних активностей мають бути доповнені і об'єднані в одне ціле місцями для спостереження і спокійного проведення часу, релаксу. Це забезпечить комфорт перебування в цьому просторі. Об'єктами-мемами в даному випадку можуть стати саме місця для спостереження за різними міськими активностями. Вони також можуть бути виокремлені певним кольором чи матеріалом, причому цей колір і матеріал можуть бути спільними для всіх місць для спостереження, тим самим візуально об'єднуючи їх в загальне ціле і формуючи з них цільну структуру, на яку будуть нанизані окремі майданчики з різними міськими активностями.

2) **Функціональне і просторове «перетікання»**. Проявляється, наприклад, у формуванні окремих мобільних майданчиків із функціями, що притаманні набережній, на водній території. Тобто здійснюється функціональне і просторове проникнення набережної на територію водойми. Такі майданчики з винесеними на них спортивною, розважальною чи рекреаційною функціями, як головними, стають

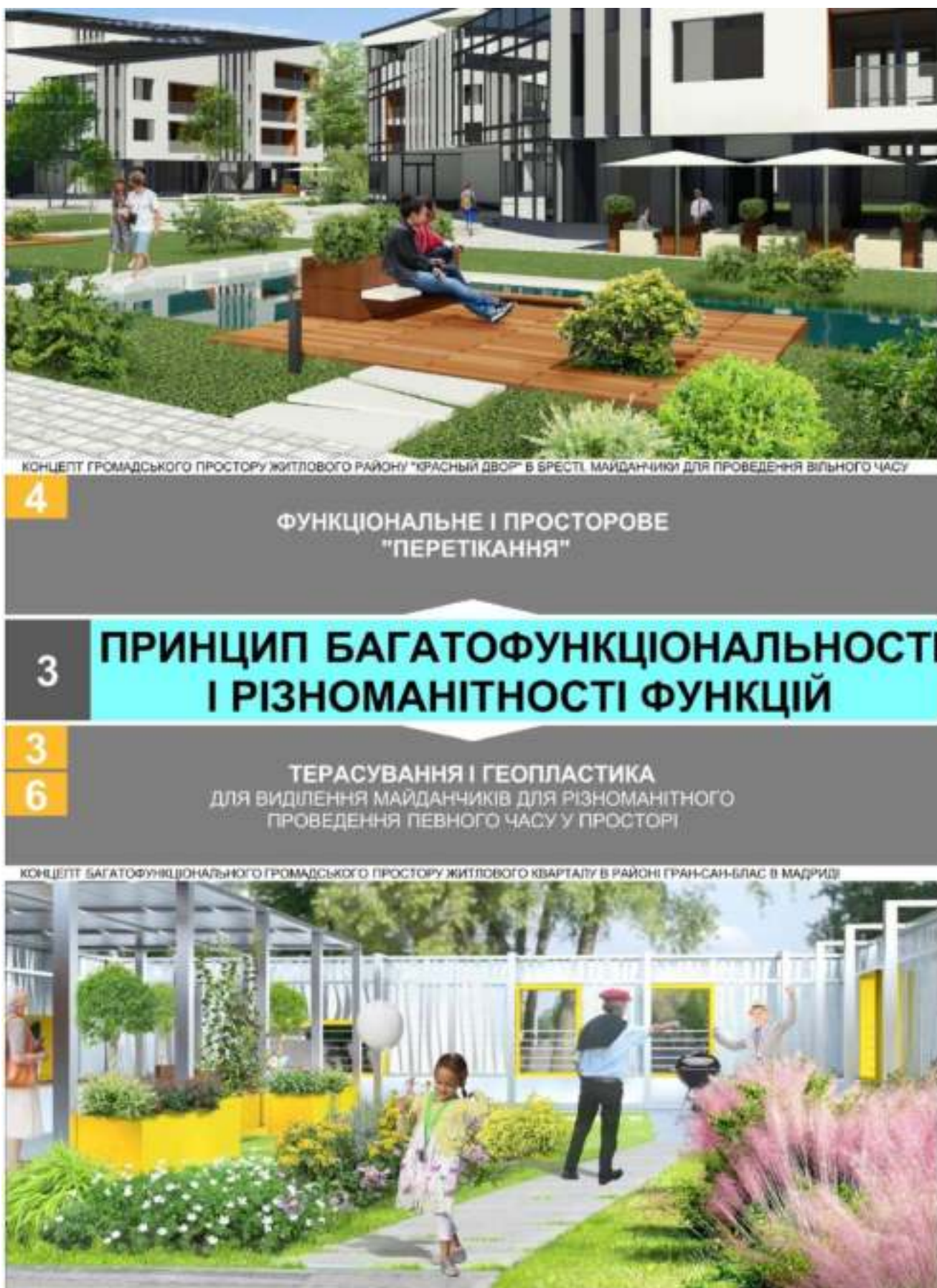


Рис. 4.4 Принцип «багатофункціональності і різноманітності функцій».

Прийоми, що його розкривають

об'єктами-мемами при організації чи ревіталізації прирічкових територій міста. Додатковими, при цьому, залишаються комунікаційна і обслуговуюча функції, що можуть бути представлені через місця для пересування та спостереження і розташовані як на самій набережній, так і перенесені на мобільні майданчики на водній поверхні.

При здійсненні архітектурно-функціональної організації громадського публічного простору міста відповідно до сформульованих принципів рекомендовано застосовувати не окремі визначені вище прийоми, а їх комбінації, для підсилення дії якісних змін, при чому як в межах одного принципу для його розкриття, так і комбінації з прийомів, що віднесені до різних принципів, а саме:

– ефективним буде поєднання 5-го і 7-го прийомів (**«створення «зеленого» фасаду»** + **«наповнення громадського публічного простору «активними» міськими майданчиками»**) чи 6-го і 7-го прийомів (**«створення муралів на глухих фасадах будівель»** + **«наповнення громадського публічного простору «активними» міськими майданчиками»** біля них) для розкриття принципу «атрактивності»;

– доповнення 1-го прийому **«терасування і геопластика»** принципу «багатофункціональності і різноманітності функцій» 1-м прийомом **«введення контрастного яскравого кольору в окремих деталях та цілих площинах простору»** принципу «атрактивності»;

– підсилення 3-го прийому **«виділення «ближньої» і «дальньої» зони»** принципу «компільаторності» 8-м прийомом **«введення мобільних об'єктів-мемів»** принципу «атрактивності» і доповнення ними 2-го прийому **«функціональне і просторове «перетікання»** принципу «багатофункціональності і різноманітності функцій».

4.2 Принципи і прийоми розміщення об'єктів-мемів в громадських публічних просторах міст

Принципи розміщення об'єктів-мемів в громадських публічних просторах міст було детерміновано, як загальні і спеціальні. До загальних віднесено принципи: «надконтекстності»; «реплікативності»; «вірусності». До спеціальних, означених, як функціонально-просторових, – принципи: «ситуаційної толерантності», «спадкоємної неперервності і різноманітності», «когнітивної легкості» (рис. 4.5). Для останніх було визначено прийоми, що їх розкривають, та надано рекомендації, щодо їх здійснення. Як загальні, так і спеціальні вищенаведені принципи також ілюструють та підтверджують наукову гіпотезу даного дослідження, що в основу організації атрактивного громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини, має бути покладено об'єднані в одне ціле запропоновані чотири його складові, а саме «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії», і об'єкти-меми є містками у їх поєднанні.

Далі детально по кожному зі сформульованих принципів.

Пропонується виділити наступні три загальні принципи розміщення об'єктів-мемів в громадському публічному просторі міста.

1. Принцип «надконтекстності» проявляється у здатності об'єктів-мемів поширюватися і нести свій посил та надавати сенс будь-якому громадському публічному простору міста без прив'язки до певного контексту.

2. Принцип «реплікативності» проявляється через створення копій «мемізованих» об'єктів і введення їх у міський простір, що наразі не використовується чи використовується не досить активно, для привернення уваги до нього і залучення людей. Нові об'єкти-меми вводяться для підсилення цілісності його значення як громадського публічного простору міста чи необхідної окремої функції в ньому, окремої складової його функціонального наповнення, а також для доповнення бажаною новою.

3. Принцип «вірусності» проявляється у поширенні «мемізованих» об'єктів на нові громадські публічні простори в різних містах для залучення до них різних людей, а також для підвищення якості і атрактивності вже існуючих просторів, їх швидкого перетворення в затребувані та місця для враження.



Рис. 4.5 Принципи розміщення об'єктів-мемів в громадських публічних просторах міст

До спеціальних, означених як функціонально-просторових, принципів розміщення нових об'єктів-мемів в громадському публічному просторі міста віднесено наступні.

4. Принцип «ситуаційної толерантності» проявляється у підпорядкуванні нового об'єкту-мему традиційно сформованій композиції простору та існуючій домінанті. Принцип є найбільш актуальним, якщо мова йде про введення нового об'єкту-мему в наразі активний громадський публічний простір міста.

Проте, в даному принципі умовно можна виділити дві складові, пряму і зворотню. Пряма – контекстуальна толерантність по відношенню до гарно збереженого активного простору. Зворотня – до нового об'єкту-мему, який має по-новому організувати місце, ставши його новим акцентом чи домінантою, якщо мова йде про занедбаний, наразі не активний громадський простір міста. Новий об'єкт-мем може стати новою домінантою простору за умови відсутності вже існуючої, і тоді він має бути розміщений на головній вісі простору чи своїм розміщенням її сформувати. І нова композиція простору вже має бути підпорядкована ньому.

Даний принцип може бути розкритий через наступні прийоми (рис.4.6).

1) *підтримання релевантності об'єкта-мема для різних місць* через його здатність зберігати привнесене значення і актуальність в різних міських ситуаціях, не порушуючи та активуючи їх.

2) *Підкреслення показової демонстративності* у формоутворенні, колористиці і розташуванні нового об'єкту-мему у наразі занедбаному громадському просторі міста для його активізації.

Як приклад, можна навести запропонований автором новий об'єкт-мем – «Дошку побажань», яскраво-жовтого кольору, в концепті ревіталізації деградуючого скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді. Форма, функція і колір цього нового об'єкту були націлені на привернення уваги людей до нього і тим самим активізацію даного громадського публічного простору міста. Його було розташовано в центрі занедбаного скверу, де він організував нову композиційну вісь, на яку були нанизані існуючі і нові майданчики з наданими їм різними міськими активностями, що разом призведуть до оживлення місця.

5. Принцип «спадкоємної неперервності і різноманітності» має дві складові. Перша, неперервність, проявляється у збереженні, відновленні чи підкресленні новим



КОНЦЕПТ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ СКВЕРУ В РАЙОНІ ГРАН-САН-БЛАС В МАДРИДІ

ПІДТРИМАННЯ РЕЛЕВАНТНОСТІ ОБ'ЄКТУ-МЕМУ ДЛЯ РІЗНИХ МІСЦЬ
 ЧЕРЕЗ ЙОГО ЗДАТНІСТЬ ЗБЕРІГАТИ ПРИВНЕСЕНЕ ЗНАЧЕННЯ І АКТУАЛЬНІСТЬ
 В РІЗНИХ МІСЬКИХ СИТУАЦІЯХ, НЕ ПОРУШУЮЧИ ТА АКТИВУЮЧИ ЇХ

4

ПРИНЦИП СИТУАЦІЙНОЇ ТОЛЕРАНТНОСТІ

5

ПІДКРЕСЛЕННЯ ПОКАЗОВОЇ ДЕМОНСТРАТИСНОСТІ
 У ФОРМОУТВОРЕННІ, КОЛОРИСТИЦІ І РОЗТАШУВАННІ НОВОГО ОБ'ЄКТУ-МЕМУ
 У НАРАЗІ ЗАНЕДБАНОМУ ГРОМАДСЬКОМУ ПРОСТОРІ ДЛЯ ЙОГО АКТИВІЗАЦІЇ

КОНЦЕПТ НОВОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ "TOTTENHAM PAVILION" В РАЙОНІ ХЕРІНГЕЙ В ЛОНДОНІ



Рис. 4.6 Принцип «ситуаційної толерантності». Прийоми, що його розкривають

об'єктом-мемом історично сформованого значення (містобудівного) і змісту (функціонального наповнення) певного громадського публічного простору міста через доповнення його вже існуючих семантичних архітектурних стереотипів і продовження традицій. При цьому новий об'єкт-мем має стати для цього громадського публічного простору новим атрактором чи орієнтиром задля підтримання його активності через привернення уваги людей до нього. Друга складова, різноманітність, полягає у можливості і необхідності зміни об'єктом-мемом форми і функції при тиражуванні в інший громадський публічний простір міста задля уникнення прямого копіювання та створення шаблону. Пряма копія – не є цікавою для атракції людей та підвищення значення і якості іншого простору. Атрактивна цінність будь-якого простору і об'єктів в ньому залежить від підтримання їх різноманітності і неповторності.

Даний принцип доцільним буде застосовувати разом з **принципом «атрактивності»** – запропонованим у попередньому підрозділі другим принципом архітектурно-функціональної організації громадського публічного простору міста. Він також доповнює визначений другий загальний принцип розміщення об'єктів-мемів в громадському публічному просторі міста – **принцип «реплікативності»**

Принцип «спадкоємної неперервності і різноманітності» може бути розкритим за допомогою наступних прийомів (рис.4.7).

1) *Використання стилізованих історичних форм* у морфологічному рішенні нового об'єкту-мему для підтримання образної цілісності простору.

2) *Збереження традиційного матеріалу і кольору* в оздобленні нового об'єкту-мему для підтримання колористичної цілісності простору.

3) *Підкреслення існуючих головної чи додаткових функцій* простору в новому об'єкті-мемі. Це дозволить зберегти і розвинути історично сформовані традиції і сприятиме постійному проведенню традиційних міських події в ньому.

6. **Принцип «когнітивної легкості»** проявляється в спрощеності формоутворення для легкого візуального, смислового і змістовного сприйняття людиною інформації, що привносить в собі новий об'єкт-мем в існуючий громадський публічний простір міста, а також сприянні цього об'єкта-мема підвищенню якості перебування і пересування людини в цьому просторі.



АТРАКТИВНИЙ ГРОМАДСЬКИЙ ПУБЛІЧНИЙ ПРОСТІР. КОНЦЕПТ СКВЕРУ ІМ. ВАСИЛЯ СЛІПАКА НА АНДРІВСЬКОМУ УЗВОСІ В КИЇВІ

СТИЛІЗОВАНІ ІСТОРИЧНІ ФОРМИ
У МОРФОЛОГІЧНОМУ РІШЕННІ НОВОГО
ОБ'ЄКТУ-МЕМУ ДЛЯ ПІДТРИМАННЯ ОБРАЗНОЇ
ЦІЛІСНОСТІ ПРОСТОРУ

ТРАДИЦІЙНИЙ МАТЕРІАЛ І КОЛІР
В ОЗДОБЛЕННІ НОВОГО ОБ'ЄКТУ-МЕМУ
ДЛЯ ПІДТРИМАННЯ КОЛОРИСТИЧНОЇ
ЦІЛІСНОСТІ ПРОСТОРУ

5

ПРИНЦИП СПАДКОЄМНОЇ НЕПЕРЕРВНОСТІ І РІЗНОМАНІТНОСТІ

6

ПІДКРЕСЛЕННЯ ІСНУЮЧИХ ГОЛОВНОЇ ЧИ ДОДАТКОВИХ ФУНКЦІЙ
ПРОСТОРУ В НОВОМУ ОБ'ЄКТІ-МЕМУ ДЛЯ ЗБЕРЕЖЕННЯ І РОЗВИТКУ МІСЬКИХ ТРАДИЦІЙ,
СПРИЯННЯ ПОСТІЙНОМУ ПРОВЕДЕННЮ ТРАДИЦІЙНИХ МІСЬКИХ ПОДІЙ В НЬОМУ

АКТИВНИЙ ГРОМАДСЬКИЙ ПУБЛІЧНИЙ ПРОСТІР. КОНЦЕПТ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ СКВЕРУ В РАЙОНІ ГРАН-САН-БЛАС В МАРІДІ



Рис. 4.7 Принцип «спадкоємної неперервності і різноманітності».

Прийоми, що його розкривають

Принцип розкривається наступними прийомами (рис.4.8).

1) *Символічність в образному рішенні* об'єкту-мему чи введення символіки в його деталі для підкреслення значення певного громадського публічного простору міста чи виділення його головної функції.

Приєм був застосований для концептуального рішення культурного скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в м. Києві. Була здійснена стилізація музичних символів для введення їх в елементи опорядження простору і в об'єкти-символи пам'яті співаку і українській музиці. Це дозволило урізноманітнити історичний міський простір, підкреслити його культурне значення і надати йому оригінальності.

2) *Поєднання оригінальності форми з незвичним функціональним наповненням* об'єкту-мему, що легко запам'ятовується і викликає сильний емоційний відгук у людини від нього та від певного громадського публічного простору міста в цілому. При цьому оригінальність форми не означає її складність. Форма має бути легкою, як для сприйняття, так і можливого «тиражування».

Приєм був застосований в концепті ревіталізації скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді при введенні нового об'єкту-мему – «Стрічки нескінченності пізнання» – нового місця тяжіння місцевих мешканців та гостей міста. Незвичність форми була підсилена її функціональним наповненням, як місця для проведення вуличних концертів. А формування навколо неї нових місць для рекреації, проведення вільного часу, різноманітних міських подій і свят разом будуть сприяти виклику сильного позитивного емоційного відгуку від цього простору у його споживачів.

3) *Введення нових об'єктів-мемів як середовищних орієнтирів і атракторів*. Приєм базується на властивостях, завданні і здатності навігаційних об'єктів-мемів підвищити комфорт пересування і перебування людини в громадському публічному просторі міста. Був застосований в запропонованому автором концепті ревіталізації скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді, де в якості навігаційного об'єкту-мему було передбачено створення «Водної стрічки», що пов'язала в одне ціле всі активності скверу.

Як і у випадку з розкриттям трьох принципів архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст, наведених у попередньому підрозділі,



КОНЦЕПТ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОГО ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ "RETURN TO THE SOURCE" В МАСДАРІ

СИМВОЛІЧНІСТЬ В ОБРАЗНОМУ РІШЕННІ ОБ'ЄКТУ-МЕМУ
 ЧИ ВВЕДЕННЯ СИМВОЛІКИ В ЙОГО ДЕТАЛІ ДЛЯ ПІДКРЕПЛЕННЯ ЗНАЧЕННЯ ПРОСТОРУ
 ЧИ ВИДІЛЕННЯ ЙОГО ГОЛОВНОЇ ФУНКЦІЇ

6

ПРИНЦИП КОГНІТИВНОЇ ЛЕГКОСТІ

5

ОРИГІНАЛЬНОСТЬ ФОРМИ І
ФУНКЦІОНАЛЬНОГО НАПОВНЕННЯ
 ОБ'ЄКТУ-МЕМУ, ЩО ЛЕГКО ЗАПАМ'ЯТОВУЄТЬСЯ
 І ВИКЛИКАЄ СИЛЬНИЙ ЕМОЦІЙНИЙ ВІДГУК

5

7

НОВІ ОБ'ЄКТИ-МЕМИ -
СЕРЕДОВИЩНІ ОРІЄНТИРИ І
АТРАКТОРИ

АКТИВНИЙ ГРОМАДСЬКИЙ ПУБЛІЧНИЙ ПРОСТІР. КОНЦЕПТ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ СКВЕРУ В РАЙОНІ ГРАН-САН-ЕЛАС В МАДРИДІ



Рис. 4.8 Принцип «когнітивної легкості». Прийоми, що його розкривають

для сформульованих трьох спеціальних принципів розміщення об'єктів-мемів в них також рекомендовано застосовувати не тільки окремі визначені вище прийоми, а їх комбінації, для підсилення дії якісних змін. Крім того рекомендується застосовувати і комбінації з прийомів, що віднесені до різних шести принципів:

– ефективним є підсилення 3-го прийому *«введення нових об'єктів-мемів як середовищних орієнтирів і атракторів»* принципу «когнітивної легкості» його 2-м прийомом *«поєднання оригінальності форми з незвичним функціональним наповненням»* об'єкту-мему і доповнення їх 2-м прийомом *«підкреслення показової демонстративності»* у формоутворенні принципу «ситуаційної толерантності»;

– доповнення 1-го прийому *«терасування і геопластика»* принципу «багатофункціональності і різноманітності функцій» 3-м прийомом *«підкреслення існуючих головної чи додаткових функцій»* простору в новому об'єкті-мемі принципу «спадкоємної неперервності і різноманітності»;

– об'єднання 3-го прийому *«введення нових об'єктів-мемів як середовищних орієнтирів і атракторів»* принципу «когнітивної легкості» з 1-м прийомом *«введення контрастного яскравого кольору в окремих деталях та цілих площинах простору»* чи з 2-м прийомом *«виділення незвичним матеріалом, світлом нових об'єктів-мемів»* або з 3-м прийомом *«введення публік-медіа-арт об'єктів і 3D інсталяцій»* принципу «атрактивності».

4.3 Рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст та розміщення об'єктів-мемів в них.

Концептуальні рішення громадських публічних просторів

Було надано наступні рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст та розміщення в них об'єктів-мемів, визначених в даній роботі, як умовно надконтекстних семантичних стереотипів (рис. 4.9). Рекомендації було здійснено на підставі результатів, отриманих автором в ході проведеного

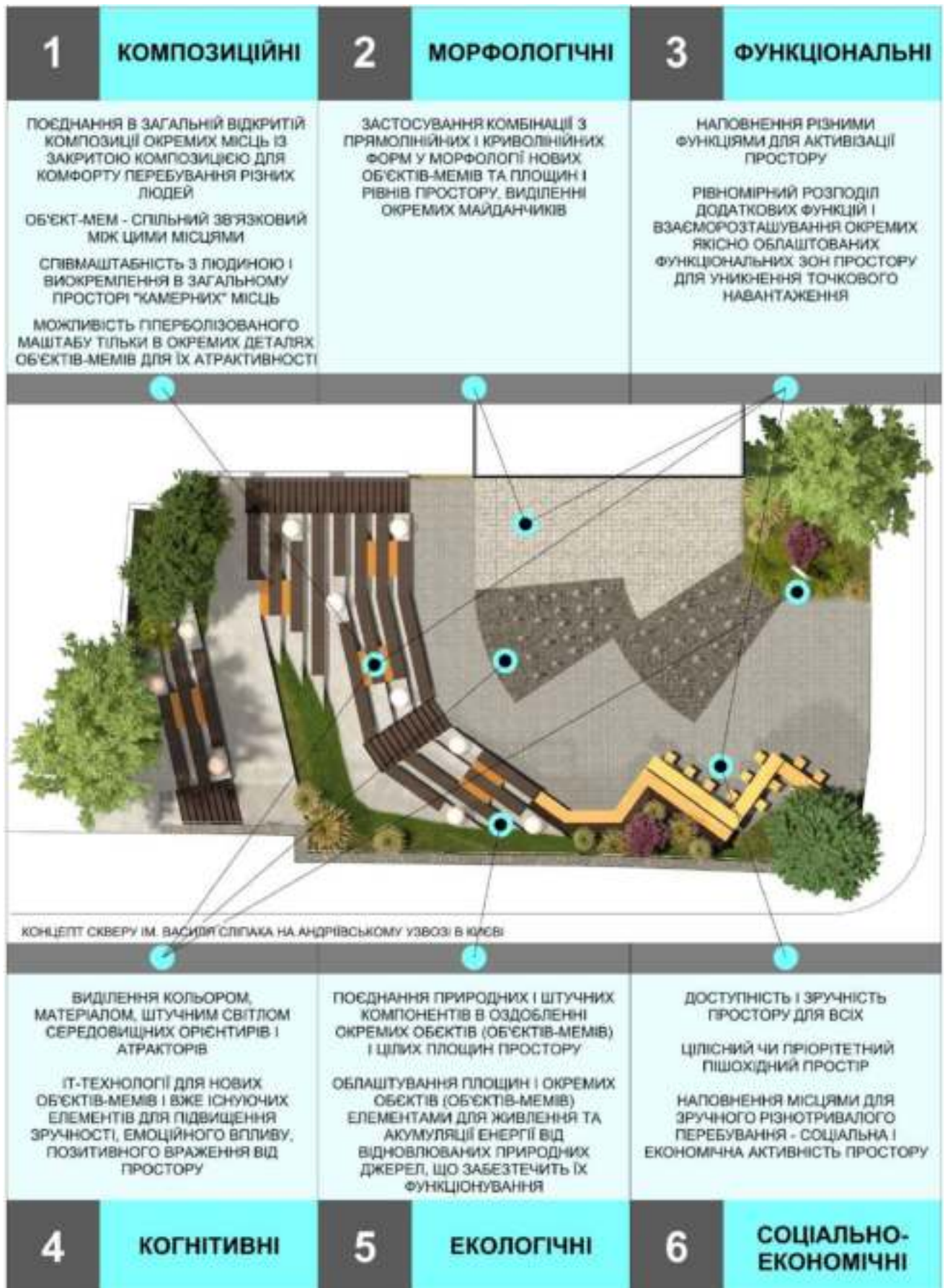


Рис. 4.9 Рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст та розміщення об'єктів-мемів в них

соціологічного відео-експерименту «Архітектура та щастя», і з урахуванням запропонованої класифікації об'єктів-мемів, що показала їх значення для громадських публічних просторів міст, та узагальнено як: екологічні, композиційні, морфологічні, когнітивні, функціональні та соціально-економічні.

1. Екологічні:

– поєднання природних і штучних компонентів в оздобленні, як окремих об'єктів (об'єктів-мемів), так і цілих площин простору для підвищення його екологічної якості і комфорту візуального сприйняття людиною;

– облаштування площин і окремих об'єктів простору, що також можуть стати об'єктами-мемами (наприклад, кінетичних скульптур чи деталей або фрагментів будівель, що оточують простір) елементами для живлення та акумуляції енергії від відновлюваних природних джерел, що забезпечить їх функціонування.

2. Композиційні:

– виділення в загальній відкритій композиції простору окремих місць із закритою композицією для забезпечення комфортного перебування в ньому різних за емоційним проявом характеру людей;

– об'єднання окремих місць із закритою композицією спільним зв'язковим елементом, яким має стати новий об'єкт-мем, введений в даний громадський публічний простір міста, що також підвищить і легкість когнітивного сприйняття останнього людиною;

– підпорядкування людині масштабу та розмірів всіх окремих об'єктів і простору в цілому та за необхідності його можливий візуальний поділ і виокремлення в ньому невеликих за розміром місць, що буде сприяти його візуальному зменшенню для забезпечення камерності;

– використання гіперболізованого масштабу тільки в окремих деталях об'єктів-мемів для їх композиційного виділення та привернення уваги до них.

3. Морфологічні:

– застосування комбінації з прямолінійних і криволінійних форм при формоутворенні нових об'єктів-мемів і виділенні окремих майданчиків чи рівнів в уже

існуючому громадському публічному просторі міста та при формуванні площин і рівнів в новому.

4. Когнітивні:

– використання природних кольорів в оздобленні всіх поверхонь простору, що відіграють роль фону, і можливе застосування яскравого кольору для виокремлення певних деталей, що мають стати його атракторами;

– застосування приємних на дотик фактур для оздоблення всіх поверхонь простору і його оточення на рівні зросту людини, а також об'єктів-мемів в цілому;

– введення елементів штучного освітлення для підсвічування нових об'єктів-мемів та передбачення можливих різних світлових сценаріїв для щоденних і святкових дій і подій у місті, що разом буде сприяти підвищенню привабливості, зручності та безпеки простору у вечірні години;

– виділення чи створення в просторі об'єктів-орієнтирів і об'єктів-атракторів, що також можуть стати і об'єктами-мемами, для підвищення його атрактивності та навігаційного комфорту людини в ньому.

– застосування ІТ-технологій для нових об'єктів-мемів, а також для вже існуючих елементів для підвищення зручності, підсилення емоційного впливу і отримання позитивного враження від простору, що буде сприяти поверненню людини до нього, як для проведення часу у справах, так і свого вільного часу.

5. Функціональні:

– наповнення різними функціями, що буде сприяти активізації простору через привернення різних за потребами і вподобаннями людей і різноплановості подій в ньому.

– рівномірний розподіл додаткових функцій і взаєморозташування окремих якісно облаштованих функціональних зон простору, що допоможе зменшити навантаження на нього при одночасному відвідуванні великої кількості людей.

6. Соціально-економічні:

– підтримання доступності і зручності громадського публічного простору для всіх людей, що на фізичному рівні досягається через розташування пандусів і стрампів поряд чи натомість сходів; це також буде сприяти функціональній активності всіх рівнів багаторівневих просторів;

– уникнення небезпечного перетину пішохідних і транспортних шляхів; за можливості, створення цілісного пішохідного громадського публічного простору; при змішаному русі в ньому пріоритетність має належати пішоходу, що і буде сприяти його соціальній активності;

– наповнення громадського публічного простору місцями, облаштованими для зручного різнотривалого перебування в ньому, які будуть захищені від різних несприятливих погодних умов, що разом із різноманітним функціональним наповненням забезпечить його соціальну та економічну активність (рис. 4.9).

Отримані в даному дослідженні теоретичні результати були апробовані в концептуальних рішеннях низки громадських публічних просторів в різних містах, а саме: Києві (Україна), Бресті (Білорусь), Мадриді (Іспанія), Лондоні (Великобританія), Масдарі (ОАЄ). Для всіх концептів були застосовані сформульовані у попередніх підрозділах принципи і визначені прийоми, а також надані вище рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст та розміщення об'єктів-мемів в них. Також запропоновані рішення були здійснені на підставі результатів і висновків, отриманих в ході проведення міжнародного соціологічного відео-експерименту «Архітектура та щастя».

Для детального розгляду пропонуються концептуальні проекти скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві; громадського простору по вулиці Братиславській в Києві; ревіталізації деградуючого скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді (Іспанія); громадського публічного простору житлового району «Красный Двор» в місті Бресті (Білорусь); публічного простору «Tottenham Pavilion» в районі Херінгей в Лондоні (Великобританія); енергоефективного публічного простору «Return to the Source: Uplifting» в Масдарі в еміраті Абу-Дабі (ОАЕ).

Здійснені теоретичні нароби також знайшли відображення в проекті адаптації залів «Мистецького Арсеналу» в місті Києві під інклюзивний музейно-виставковий простір. Отже, запропоновані методичні засади, принципи і прийоми є актуальними для активізації як відкритих, так і закритих громадських публічних просторів міст.

1. Сквер ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві (рис. 4.10).

Ділянка для проектування знаходиться на Андріївському узвозі 33/6, в Подільському районі міста Києва, в самому «серці» Подолу. Входить до комплексної охоронної зони пам'яток культурної спадщини. На прилеглій території розташовано низку пам'яток архітектури і містобудування місцевого значення, оточуючу забудову також формують значні і рядові цінні історичні будівлі. Саме місце для майбутнього скверу виокремлене з заходу і півдня безпосередньо рядовими цінними історичними будівлями, з півночі і сходу – вулицею Боричів Тік та Андріївським узвозом відповідно.

На сьогоднішній день ділянка ніяк не використовується і поступово втрачає свою соціальну цінність, а її занедбаний стан сильно знижує естетичну і архітектурну цінність існуючого історичного міського середовища в цілому. Ідея створення на цьому місці арт-скверу, що має об'єднати в собі меморіальну та різні міські функції, буде сприяти, як відновленню архітектурної цінності історичного середовища, так і залученню до нього різних людей, що значно підвищить його соціальну і культурну цінність.

В основу запропонованого концепту організації скверу – нового громадського публічного простору міста, було покладено наступні сформульовані автором принципи: «спадкоємної неперервності і різноманітності», «когнітивної легкості», «компіляторності», «атрактивності» та «багатофункціональності і різноманітності функцій», для розкриття яких також було використано низку визначених прийомів, а саме: «поєднання в одне ціле «активної», «нейтральної» і «пасивної» зони» громадського публічного простору; його «наповнення камерними «напівзакритими» місцями»; «збереження традиційного матеріалу і кольору» в оздобленні; «символічність в образному рішенні» об'єктів-мемів чи їх деталей; тощо.

Новий сквер стане символом пам'яті видатному митцю, людині-патріоту Василю Сліпаку і водночас сучасним активним місцем культурних міських подій, а також відпочинку і проведення вільного часу мешканців і гостей Києва.

Запропонований меморіальний знак – скрипичний ключ – стане символом вічної пісні, що ніс до людей Василь Сліпак, і яка наразі буде лунає у виконанні вже інших людей з відкритої сцени міського скверу.



Рис. 4.10 Концепт скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві

Символічною також є ідея використання нот з улюбленої пісні Василя Сліпака «Місяць на небі, зіроньки сяють» в декорі огороження скверу, і перфорація слів з її тексту на смугах з нержавіючої сталі, закріплених на першій ділянці огорожувальної стіни. Інші, існуючі її частини було запропоновано віддати під тематичний мурал.

Існуючий рельєф ділянки було гармонійно інтегровано в новий громадський простір – використано під амфітеатр і тераси для відпочинку, які було тактовно вписано в оточуючий контекст. Масштаб простору і всіх нових елементів в ньому підпорядковано існуючому історичному. Враховано інтереси, як навколишнього міського середовища, так і, перш за все, людини в ньому, її комфорту пересування і різнотривалого перебування. В центрі скверу було запропоновано влаштувати фонтани, що принесуть свіжість в спекотні дні, будуть сприяти залученню людей в це місце, їх комфортному спілкуванню, а також послугують розвазі для дітей.

Сквер – багатофункціональний. В ньому є місця, як для тихого відпочинку, так і культурних активностей, імпровізованих музичних концертів, танців та мастр-класів по ним, а також передбачено місця для відкритого коворкінгу. Кожен зможе комфортно провести свій вільний час, прийняти активну участь у міському перформансі, що відбувається, чи просто поспостерігати за ним.

Запропоновані вище заходи є ілюстрацією визначеної автором, як однієї з найбільш ефективних, комбінації з низки прийомів при здійсненні архітектурно-функціональної організації громадського публічного простору міста, а саме: «терасування і геопластика» з принципу «багатофункціональності і різноманітності функцій» та «введення контрастного яскравого кольору в окремих деталях та цілих площинах простору», «створення муралів на глухих фасадах будівель» і «наповнення громадського публічного простору «активними» міськими майданчиками» з принципу «атрактивності». Разом вони значно підсилюють дії якісних змін для створення атрактивного, знакового місця в місті, цікавого і зручного для різних людей.

2. Громадський простір по вулиці Братиславській в Києві (рис. 4.11)

Ділянка для проектування розташована по вулиці Братиславській, 52 в місті Києві. До реалізації проекту дана територія була занедбаним пустирем перед рестораном - банкет-холлом «CHOICE», яка взагалі ніяк не використовувалася.



Рис. 4.11 Громадські публічні простори в Києві і Бrestі

Запропонований проект нового громадського публічного простору з петанком ілюструє практичну реалізацію сформульованих автором принципів «атрактивності», «багатофункціональності і різноманітності функцій», «реплікативності», що розкриті завдяки таким прийомам як: «наповнення громадського публічного простору «активними» міськими майданчиками», «функціональне і просторове «перетікання», «терасування і геопластика».

Оживлення простору та залучення до нього людей було здійснено за рахунок його функціонального наповнення та створення комфортних умов для різнотривалого перебування людей в ньому. Ключовими функціями було обрано спортивно-розважальну, рекреаційну, обслуговуючу та громадського харчування.

Головним атрактором став створений майданчик для петанку – старовинної міської гри, історія якої сягає ще доби Античності, і яка наразі набуває популярності в Україні. Місце для гри є доступним для всіх бажаючих. Для тих, хто хоче тільки поспостерігати за грою чи просто відпочити, поспілкуватися і провести свій вільний час, поряд передбачені тераси з облаштованими на них місцями для сидіння з вуличних меблів.

Місця для відпочинку, розташовані на терасах, відділені від транзитної зони декоративними зеленими насадженнями, що створює затишок і забезпечує захист відвідувачів від несприятливих погодних умов, вітру, літньої спеки, а разом зі штучними навісами – від опадів.

Вигідним для атракції людей у новий громадський простір є те, що він був облаштований біля діючого ресторану, що дає змогу легко підключити функції обслуговування і громадського харчування з місцями для вуличної їжі, як на терасі біля ресторану, так і на терасах біля майданчику для петанку. Це є додатковим атрактором для нового громадського простору. А введення спортивно-розважальної функції і «зелених» місць для рекреації стало комерційно вигідним для самого ресторану.

Таким чином, з облаштуванням існуючого середовища та введенням зовсім різних нових функцій вдалося досягти декількох значних покращень в даному місці. По-перше, петанк привертає увагу, як місцевих мешканців Троєщини, так і жителів інших районів Києва, які спеціально приїждять пограти в цю гру. А це впливає на популярність місця. По-друге, незвична функція культурно збагачує район і сприяє його прогресу та позитивній

репутації. Крім того існуючий поруч ресторан, що саме і був ініціатором створення цього громадського простору, також отримав додаткову рекламу і відвідувачів. Отже, саме такий підхід виявився досить ефективним для підвищення атрактивності даного місця, залучення до нього різних людей і тим самим його «оживлення».

3. Громадський публічний простір житлового району «Красный Двор» в Бресті (рис. 4.11)

Проект щодо розвитку житлового району «Красный Двор» планувався адміністрацією міста Брест в рамках нового культурного руху на впровадження заходів з енергоефективності в містобудівельну політику міста та на створення «Енергоефективного житлового модуля в місті Брест».

Ділянка для проектування розташовувалась у безпосередній близькості до центру міста, вздовж основних транспортних шляхів на південному березі річки Мухавець, поруч із заповідником.

Відповідно до завдання було створено концепцію розвитку території на основі модульного підходу, що включає низку новаторських функціонально-планувальних рішень. Модуль трактувався проектом, як відносно самостійна структурна одиниця міста, виокремлена магістральними вулицями, до складу якої входять житлові та офісні будівлі, школа та садочки, підприємства «чистого виробництва», торгівлі та соціального обслуговування, «зелені» зони і громадські публічні простори. Місця для паркування авто були передбачені на підземному рівні або на першому поверсі прибудов. Гостьові паркомісця – винесені за межі внутрішньоквартальних просторів. Отже, було розроблено багатофункціональний модуль, що поєднував в собі житлову, торгівельну, виробничу, освітню, адміністративно-ділову, культурну і рекреаційну функції, зі змішаним і пріоритетним пішохідним рухом.

В проекті було використано низку запропонованих автором принципів та прийомів архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст, а саме: принцип «компільаторності» з деталізацією його в прийомах «виділення «ближньої» і «дальньої» зони» та «наповнення камерними «напівзакритими» місцями»; принцип «багатофункціональності і різноманітності функцій» з прийомом «функціональне і просторове «перетікання». Також були задіяні сформульовані автором загальні

(«реплікативності» і «надконтекстності») та спеціальний («когнітивної легкості») принципи розміщення об'єктів-мемів в громадському публічному просторі міста. Останній втілюється через прийом «введення нових об'єктів-мемів як середовищних орієнтирів і атракторів».

Виходячи з основної ідеї проекту – створення мультикомфортного середовища для проживання та перебування людей, і насамперед пішоходів, були організовані дві зелені артерії – паркові пішохідні вулиці, навколо яких і об'єднані житлові квартали, дзеркально, як близнюки. Це буде єдиний громадський публічний простір – прогулянковий променад, що сполучить між собою існуючий природний парк і річку на півночі та новостворений парк зі спортивними, дитячими, культурними, виставковими та майданчиками для спокійного відпочинку у багатофункціональному модулі. Дві зелені артерії дозволять всім жителям зручно діставатися до будь-яких загальноміських функцій: рекреації з річкою, школи, садочків, офісів, торгового та громадського центру. Для забезпечення активності і якості даного пішохідного середовища вздовж зелених артерій по центру було запропоновано створити штучну водойму з виносними мобільними платформами і місцями для сидіння, що, водночас, буде сприяти поступовому змішуванню функцій через перетікання просторів (парк, променад, публічний простір біля водойми і сама водойма) та рівномірному розосередженню людей в них.

Місця для спокійного відпочинку та зони кафе виокремлюються від іншого громадського публічного простору за допомогою «низьких екранів» – рослин в кадках. Це створює відчуття захищеності та усамітнення і одночасно приналежності до загального цілого. Відбувається одночасне задіяння як «ближньої» так і «дальньої» зони сприйняття простору.

Об'єктами-мемами можуть стати запропоновані платформи з місцями для спокійного відпочинку (рис.4.11). В їх оздобленні було використано приємні на дотик екологічні матеріали, природних теплих відтінків з акцентуванням на білому кольорі – місцях для сидіння. Для атракції також було використано зелені рослини в штучних ємностях, оздоблених композитним матеріалом, що імітує натуральне дерево. Такі платформи є візуально привабливими, функціональними, легкими для сприйняття і зручними у використанні, а також прості у виконанні. А отже, вони можуть бути легко репліковані в різних місцях для підвищення їх якості. І як в громадському публічному

посторі житлового району «Красный Двор» також слугувати атракції та створенню комфортного середовища для різнотривалого перебування людини в ньому.

4. «Return to the Source: Uplifting» – новий енергоефективний публічний простір в Масдарі (рис. 4.12)

Проект було здійснено в рамках міжнародного конкурсу «LAGI 2019 Abu Dhabi – Return to the Source». За ініціативи міжнародної організації «Land Art Generator» учасникам з усього світу було запропоновано створити публічний простір – витвір мистецтва, що з використанням відновлювальних природних джерел виробляє електроенергію для міста Масдар в Абу-Дабі (ОАЕ). Проект мав демонструвати естетичні можливості простору і його об'єктів, що перетворюють енергію сонця, вітру, води і землі в електричну, а також ілюструвати можливості високого рівня життя у поствуглецевому майбутньому.

Ділянка для проектування знаходилась в рекреаційній зоні «Green Finger», між двома майбутніми житловими кварталами «East A» та «East B». Із суттєвих обмежень щодо концепту існували тільки наступні: застосування таких рішень, що не генерують викидів парникових газів або інших видів забруднення навколишнього середовища та обмеження щодо висоти об'єктів в 58 метрів. За завданням арт-об'єкти, що будуть формувати простір, повинні використовувати енергію природи і перетворювати її в електричну та мати можливість зберігати та передавати її до точки підключення центральної мережі.

В основу запропонованого концепту було покладено всі три сформульовані автором принципи архітектурно-функціональної організації громадського публічного простору міста, а саме: «компеляторності», «атрактивності», «багатофункціональності і різноманітності функцій», які детально було розкрито завдяки таким прийомам, як: «поєднання в одне ціле «активної», «нейтральної» і «пасивної» зони», «підкреслення показової демонстративності», «наповнення громадського публічного простору «активними» міськими майданчиками», «терасування і геопластика». При створенні арт-об'єктів, що потенційно зможуть стати об'єктами-мемами були задіяні визначені автором спеціальні принципи «когнітивної легкості», «ситуаційної толерантності», «спадкоємної неперервності і різноманітності».

За концептом загальну композицію нового публічного простору «Uplifting» сформували 7 об'єктів публік-арту у вигляді металевих рук, що підтримують композитну



Рис. 4.12 Концепти громадських публічних просторів в Масдарі і Лондоні

оболонку-машрабію. Сім рук і сформовані простори навколо них (з різними функціями, але як частини єдиного цілого) символізують сім еміратів, кожний з яких розвиває свою особливість, але водночас підживлює один одного задля загального прогресу. Крім того, вони уособлюють сім основних пріоритетних інноваційних секторів Абу-Дабі, що також було підкреслено їх функціональним наповненням.

Запропонована стратегія створення якісного та завжди активного громадського публічного простору, в якому б відчувався «дух місця», полягала у поєднанні в ньому традиційних і нових функцій, національних кольорів і форм в оздобленні та деталях з новітніми технологіями функціонування арт-об'єктів і, головне, забезпечення цікавого і комфортного перебування людей в ньому, захисту їх від спеки через підтримання свого мікроклімату. Новий простір є місцем для звичайних щоденних міських активностей та має можливість трансформації під різні міські фестивалі, де кожний може себе знайти.

Наприклад, може бути цікавим і комфортним спостерігати за міськими активностями, сидячи за філіжанкою кави або чаю в зоні з амфітеатром, біля фонтану або зеленої оази. Якщо є бажання, можна самому взяти участь у «міській виставі» – почитати книгу у вуличній бібліотеці, пройтися магазинами-майстернями, поспілкуватися і спробувати себе у занятті традиційними ремеслами. Занурившись у цей урбаністичний спектакль, людина зможе відчути «дух місця». А отримані яскраві позитивні враження викличуть бажання повернутися до даного публічного простору знову.

Для формування додаткових функціональних зон в концепті простору було застосовано одну з найбільш дієвих комбінацій з різних прийомів, що також сприяло підсиленню його якості, а саме: визначених в даному дослідженні 1-го прийому «терасування і геопластика» принципу «багатофункціональності і різноманітності функцій», 3-го прийому «підкреслення існуючих головної чи додаткових функцій» простору в новому об'єкті-мемі з принципу «спадкоємної неперервності і різноманітності» та 1-го прийому «введення контрастного яскравого кольору в окремих деталях та цілих площинах простору» принципу «атрактивності». Вжита комбінація дозволила рівномірно розподілити увагу та активність людей в різних його частинах.

Загалом, запропонований концепт буде прикладом сучасного якісного енергоефективного публічного простору з впізнаваним іміджем, що водночас демонструє місцевий характер і технологічні досягнення.

5. «Tottenham Pavilion» – новий публічний простір в районі Херінгей в Лондоні (рис. 4.12)

«Tottenham Pavilion» – концепт нового типу тимчасового громадського публічного простору, що підкреслює унікальність складського району Гаррінгей в Лондоні, створений в рамках міжнародного архітектурного конкурсу, що відбувся за ініціативи місцевої громади в 2020 році.

Місцем для розташування павільйону, що мав організувати простір навколо, є огорожена земельна ділянка на розі Eade Road та Seven Sisters Road. Ділянка розташована на околиці складського району і в минулому використовувалася для розміщення різних тимчасових проектів. Загалом проект «Tottenham Pavilion» є також тимчасовим і планувався бути активним тільки протягом року, до його природного завершення або повторного запуску, залежно від того, що сталося б раніше.

Складський район Гаррінгей, також відомий, як «Manor House Warehouses», – це колишня промислова зона в Південному Тоттенхеймі, яка протягом останніх 20 років була перетворена в місце для життя та роботи художниками, режисерами, учасниками та захисниками місцевої громади. Оскільки район був створений шляхом самостійного переобладнання складів, за підтримкою головного орендодавця, такий підхід сформував його унікальність в міському контексті. І основна ціль даного проекту полягала в активному протистоянні втручанню великих забудовників та збереженні унікальності місця.

В основу створеного концепту «Tottenham Pavilion» – нового громадського публічного простору району Геррінгей, було покладено наступні сформульовані автором принципи: «атрактивності», «багатофункціональності і різноманітності функцій», «ситуаційної толерантності», «спадкоємної неперервності і різноманітності», «когнітивної легкості», для втілення яких застосовані наступні прийоми: «введення контрастного яскравого кольору в окремих деталях та цілих площинах простору», «виділення незвичним матеріалом, світлом нових об'єктів-мемів»; «наповнення громадського публічного простору «активними» міськими майданчиками»; «підкреслення показової

демонстративності у формоутворенні, колористиці»; «використання стилізованих історичних форм» у морфологічному рішенні нового об'єкту-мему для підтримання образної цілісності місця, тощо.

Саме останній ілюструє запропоновану морфологію павільйону, що підкреслила характерні форми історичних скатів меблевих фабрик Геррінгея, які пізніше перетворилися в склади. Телескопічна властивість нового об'єкту символізує сам район, який є прихистком для різних неординарних і творчих людей. І, нарешті, самі дерев'яні ящики (з можливістю їх заміни та переміщення), що формують павільйон, є відсилкою до складів та великої кількості творчих ідей, якими можна наповнити новий громадський публічний простір.

Сам павільйон включає п'ять секцій, які можна використовувати для різних видів діяльності, а також об'єднувати в один спільний простір. Він багатофункціональний. Стане місцем для творчих зустрічей з митцями, виступів музикантів, проведення мастер-класів, виставок-продажів «hand-made» робіт, перформансів, занять йогою, тощо. Тут кожен зможе показати свої творчі вміння.

Конструкція складається з дерев'яного настилу та дерев'яних рам-каркасів, що імітують традиційну форму колишніх меблевих фабрик району, і дерев'яних ящиків, встановлених уздовж обрешітки, пофарбованих у коралово-червоний колір. Скло чи полікарбонатні панелі можуть бути встановлені, за необхідності, для закриття бічних граней і отворів, захисту від дощу та вітру. Крім того, дерев'яні ящики можна легко замінити, перемістити або прибрати для різних видів заходів. Чергування закритих (з ящиками) і відкритих (без ящиків) частин в загальній морфології павільйону створюють затишну і комфортну атмосферу для сформованого ним простору, як вдень (коли сонячні промені потрапляють через вільні від ящиків отвори у його внутрішній простір), так і ввечері, коли всередині вмикається штучне освітлення, і в зовнішньому просторі підкреслюється атрактивність об'єкту (рис.4.12).

Запропонований павільйон може потенційно стати локальним об'єктом-мемом. Він запроєктований таким чином, що його можна розібрати в стислі терміни, перенести на іншу територію і там легко зібрати знову. І він зможе організувати в новому місці новий громадський публічний простір.

За концептом, «Tottenham Pavilion» – вільним від автомобілів, проте в ньому передбачено місце для зберігання велосипедів. Озеленення простору здійснено за допомогою пересувних контейнерів з рослинами. Земельна ділянки, яка наразі є з незначним рельєфом, отримає нові пішохідні доріжки та пандуси для максимально зручного доступу різних за фізичними можливостями людей.

Отже, «Tottenham Pavilion», як концепт нового типу тимчасового громадського публічного простору, може стати прикладом активної протидії джентрифікації та збереження унікальності певного місця, що є актуальним для багатьох історичних міст в різних країнах.

6. Ревіталізація скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді (рис. 4.13)

Проект було виконано в рамках міжнародного конкурсу від Sant-Goban «Multicomfort House» в 2017 році, де він отримав другу премію.

Ділянка для проектування знаходилась на Calle Nueve 6-10 в районі Гран-Сан-Блас в західній частині Мадриду. Район в основному був забудований у 50-тих та 60-тих роках минулого століття типовими 4-х – 5-ти поверховими житловими будинками. Приблизно 30% його мешканців – люди похилого віку. Тут можна вільно пройти без натовпу туристів – район вважається виключно житлово-робочим.

Основним завданням даного проекту було нове бачення міської ревіталізації для громади, що проживає в характерних типових будівлях, розташованих навколо занедбаної території скверу. Серед пріоритетів – підвищення якості проживання мешканців та перетворення занедбаного скверу в місце для комфортного перебування, привабливе для різних за віком людей.

Ключовими принципами, застосованими в концепті ревіталізації скверу в Гран-Сан-Блас, були наступні: «компільторності» з розкриттям у прийомах «поєднання в одне ціле «активної», «нейтральної» і «пасивної» зони» і «наповнення громадського простору камерними «напівзакритими» місцями»; «атрактивності» з розкриттям у прийомі «введення контрастного яскравого кольору в окремих деталях та цілих площинах простору», що протиставляється занедбаному оточенню; «багатофункціональності і різноманітності функцій». Для розміщення нових потенційних об'єктів-мемів в публічному просторі сквера було використано сформульовані в даній роботі принципи: «реплікативності»; «ситуаційної



Рис. 4.13 Ревіталізація скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді

толерантності» з розкриттям в прийомі «підкреслення показової демонстративності»; «спадкоємної неперервності і різноманітності» з розкриттям у прийомі «збереження традиційного матеріалу і кольору в оздобленні нового об'єкту-мему» для підтримання колористичної цілісності простору та принцип «когнітивної легкості» з розкриттям в прийомах: «поєднання оригінальності форми з незвичним функціональним наповненням об'єкту-мему» і «введення нових об'єктів-мемів як середовищних орієнтирів і атракторів».

Отже, за концептом було запропоновано в сквері виокремити і поєднати в одне ціле його «активну», «нейтральну» і «пасивну» зони. Це дає можливість різним людям з різними вподобаннями знайти собі місце для комфортного проведення свого вільного часу. «Активна» зона була представлена двома темами – «активний відпочинок» та «культурно-пізнавальний простір». Перша тема включила в себе майданчики для вуличних ігор, дизайнерські гойдалки, традиційні іспанські дворові ігри. Друга – об'єкт паблік-арту – «Стрічку нескінченності пізнання», що внесла до скверу культурно-пізнавальну функцію, і є потенційним об'єктом-мемом. «Нейтральну зону» сформувала інсталяція «Дошка побажань», де кожен свідомий мешканець району зможе висловити свої зауваження, пропозиції та побажання на розгляд до місцевої влади. Сама дошка також є потенційним об'єктом-мемом і може бути релевантною в інших місцях. «Активну» і «нейтральну» зони з їх функціями об'єднано спільним штучноствореним струмком – «Водною стрічкою», що є віссю скверу, а також ще одним об'єктом-мемом. На нього нанизані місця для спокійного відпочинку, усамітнення, що і сформували «пасивну» зону скверу.

Новий об'єкт-мем – «Дошку побажань», було запропоновано виконати в яскраво-жовтому кольорі, з каркасом у вигляді незамкненого кола та з рухомими елементами, що можуть крутитися навкруги своєї осі. Подібні морфологічне і колористичне рішення націлені на виділення і привернення уваги людей до цього об'єкту. Його атрактивність також була підсилена розташуванням на центральній композиційній осі, між двома входами до скверу.

Штучний струмок – «Водна стрічка», символізує єдність і різноманітність простору та підкреслює неперервність історично сформованого рекреаційного значення території скверу та його змісту (місця для зустрічей, спілкування, проведення вільного часу, релаксу чи усамітнення). Це також новий об'єкт-мем – атрактор і орієнтир, що забезпечує

привабливість, комфортний мікроклімат і когнітивну легкість простору. Його символічне значення різноманітності проявляється у зміні форми і виокремленні в єдиному просторі скверу різних за функціональним призначенням місць, відкритих активних і камерних «напівзакритих» для спокійного відпочинку, що привертає увагу різних людей.

Отже, атрактивна цінність і активність громадського простору скверу після його ревіталізації буде забезпечена унікальністю запропонованих об'єктів – «Дошки побажань», «Стрічки нескінченності пізнання», «Водної стрічки», а також місцями для міських ігор та комфортного спокійного відпочинку, які функціонально і морфологічно підсилять одне одного і разом призведуть до оживлення місця.

7. Адаптація залів «Мистецького Арсеналу» в місті Києві під інклюзивний музейно-виставковий простір (рис. 4.14, 4.15)

Проект «Soaring Arch – Ширяюче склепіння» – адаптація під інклюзивний громадський простір приміщень Мистецького Арсеналу по вулиці Лаврська, 10-12 у Києві» було виконано в рамках міжнародного конкурсу SBID «Get me to the Top» у 2018 році, де він зайняв перше місце. Проект також отримав нагороду НСАУ, премію «Простір», у 2018 році.

Мистецький Арсенал належить до культурної спадщини українського народу і також відомий, як «Київський Лувр». Є улюбленим місцем містян і атрактором для численних туристів, що приїжджають познайомитися з історією і культурою, життям і традиціями нашої країни та міста.

В основу проекту адаптації залів будвлі під багатофункціональний інклюзивний мистецький простір було покладено всі три сформульовані автором в даній роботі принципи архітектурно-функціональної організації громадського простору – «компільторності», «атрактивності», «багатофункціональності і різноманітності функцій».

Основну ідею організації простору можна виразити наступними словами: «автентичний – сучасний – тактильний – для всіх». Це означає – збереження існуючого культурного спадку, його активне сучасне використання та надання доступу і залучення до соціального і культурного міського життя всіх людей, незалежно від їх фізичних можливостей. З метою підкреслення традицій та створення нового унікального простору було запропоновано концепцію «Soaring Arch – Ширяюче склепіння». Це імітація

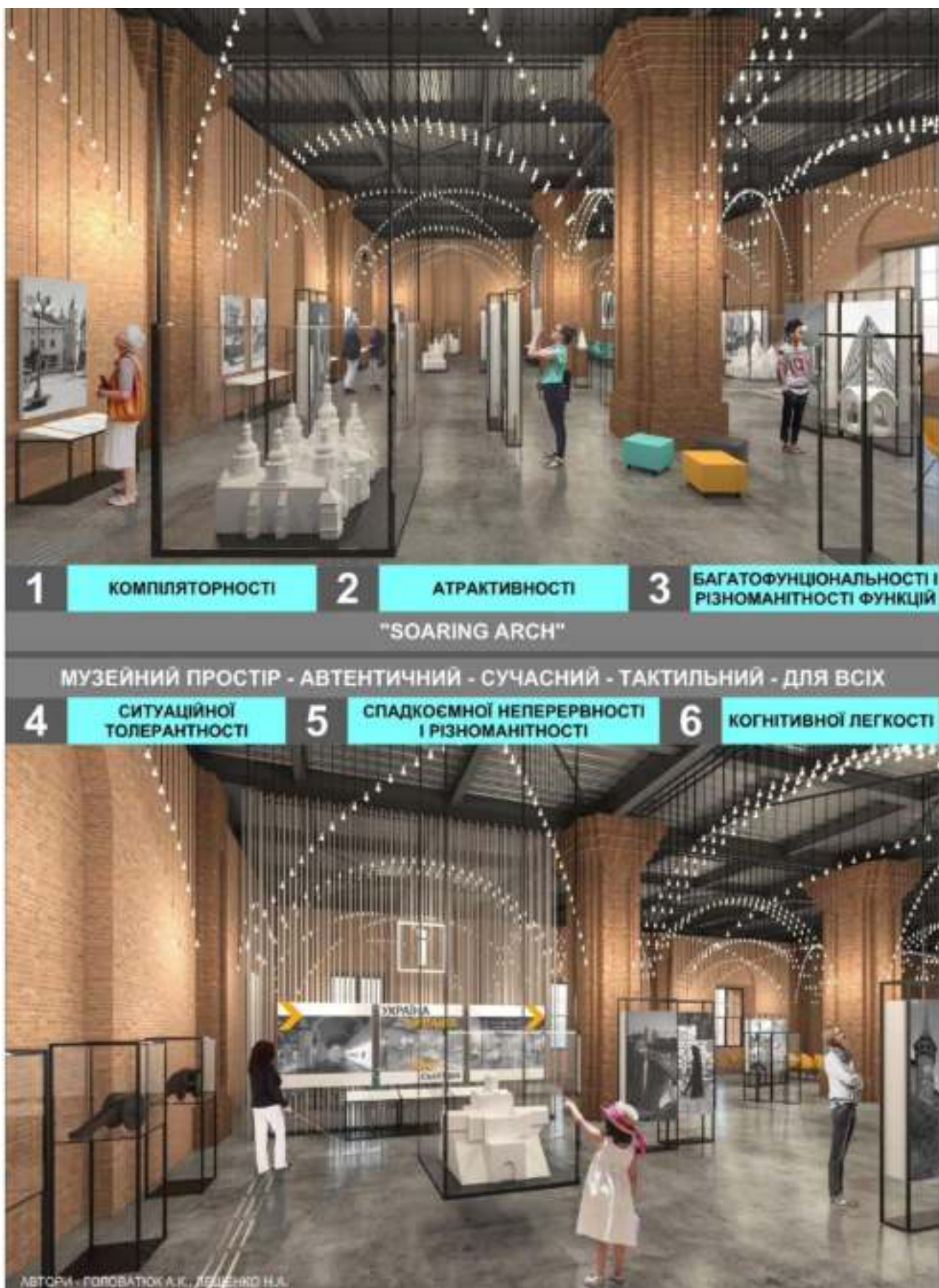


Рис. 4.14 Концепт адаптації під інклюзивний громадський простір приміщень Мистецького Арсеналу в Києві



"SOARING ARCH"

ІМІТАЦІЯ ЗБЕРЕЖЕНИХ ХРЕСТОВИХ СКЛЕПІВ АРСЕНАЛУ У ВИЗЛЯДІ РЯДІВ СЯЮЧИХ ЛАМПОЧОК, ЩО ЯК БИ ПАРЯТЬ НАД ЗАПАМИ

НОВИЙ ПРОСТІР ДЛЯ ВИСТАВОК, СПІЛКУВАННЯ, ПРОВЕДЕННЯ ВІЛЬНОГО ЧАСУ, ОБМІНУ КУЛЬТУРНИМ ДОСВІДОМ, МОЖЛИВОСТІ ТВОРЧОГО ВИРАЖЕННЯ ДЛЯ КОЖНОГО



АВТОРИ - ГОЛОВАТОК А.К., ЛЕШЕНКО Н.А.

Рис. 4.15 Концепт адаптації під інклюзивний громадський простір приміщень Мистецького Арсеналу в Києві

збережених хрестових склепінь Арсеналу у вигляді рядів сяючих лампочок на «невидимих» чорних проводах, що спускаються зі стелі і як би парять над залами, забезпечуючи їх освітлення (рис.4.14). А над сходами було запропоновано організувати ширяючу стрічку з джерел світла, що одночасно символізує динамічний потік творчості і забезпечує освітлення вхідної групи (рис.4.15). Ці конструкції можуть стати потенційними об'єктами-мемами і бути актуальними, можливо в дещо модифікованому вигляді, для атракції інших місць.

Перевага висоти виставкових залів також розкривається за допомогою підвісної експозиції, яка крім атрактивності і мобільності забезпечує невтручання в автентичну кладку стін і її збереження. До речі, зруйновані частини стін було запропоновано не відновлювати, а законсервувати і використовувати, як частину експозиції, доповнивши їх підвішеними на різній висоті скляними кубами з експонатами (рис.4.15).

Ключовою стратегією дизайну всіх приміщень в даному проекті є врахування потреб людей з функціональними порушеннями. Так, було запропоновано вирішити проблему підйому маломобільних людей до основних виставкових залів за допомогою ліфта-платформи. Для відвідувачів з порушенням зору було створено спеціальні стенди з об'ємними зображеннями – літофанами. Для зручності їх орієнтації та пересування було запропоновано тактильний шлях уздовж всієї експозиції. Також було створено металевий поручень з тактильними наклейками, що веде до всіх залів і гардеробу [165].

Зали – багатофункціональні. Їх зонування забезпечується просторовими композиціями із джутових канатів, які тактильно і візуально виділяють окремі зони: кафе, лаунджу, лекторія і показу фільмів та мастер-класів. При цьому їх конструкція дозволяє спостерігати за тим, що відбувається в сусідніх зонах. І вона є мобільною, що сприяє легкій трансформації залів під різні івенти.

Проектом передбачається створення нового простору не тільки для виставки, а й для проведення вільного часу, спілкування, творчого вираження і обміну культурним досвідом. Отже, пам'ятка отримає новий багатофункціональний, інклюзивний простір, цікавий і доступний для різних за вподобаннями і можливостями людей.

Загалом, даний приклад демонструє, що сформульовані автором в даній роботі принципи та визначені прийоми можуть бути застосованими для різних громадських публічних просторів, як відкритих, так і закритих, для підвищення їх атрактивності і

комфортного перебування в них різних за фізичними можливостями людей. І саме в цьому напрямку можливий подальший розвиток дослідження.

Висновки до розділу 4

1. Запропоновано три принципи архітектурно-функціональної організації громадського публічного простору міста, а саме: 1) «компіляторності» (поєднання в одне ціле різних складових громадського публічного простору міста через об'єкт-мем як зв'язковий), 2) «атрактивності» (привернення уваги і підтримання активності громадського публічного простору через введення нових об'єктів-мемів, як нових атракторів), 3) «багатофункціональності і різноманітності функцій» (різноманітного функціонального наповнення громадського публічного простору міста для підвищення його якості).

2. Сформульовано загальні і спеціальні принципи розміщення об'єктів-мемів в громадських публічних просторах міст, а саме: 1) «надконтекстності» (здатності об'єктів-мемів поширюватися і нести свій посил та надавати сенс будь-якому громадському простору без прив'язки до певного контексту); 2) «реплікативності» (створення копій «мемізованих» об'єктів і введення їх у міський простір, що наразі не використовується); 3) «вірусності» (поширення «мемізованих» об'єктів на нові та існуючі громадські публічні простори в різних містах для їх швидкого перетворення в затребувані та місця для враження); 4) «ситуаційної толерантності» (підпорядкування нового об'єкту-мему традиційно сформованій композиції простору та існуючій домінанті); 5) «спадкоємної неперервності і різноманітності» (збереження, відновлення чи підкреслення новим об'єктом-мемом історично сформованого значення і змісту громадського публічного простору через доповнення вже існуючих семантичних архітектурних стереотипів і продовження традицій, а також можливість зміни об'єктом-мемом форми і функції при тиражуванні в інше місце задля уникнення прямого копіювання); 6) «когнітивної легкості» (спрощення формоутворення для легкого візуального, смислового і змістовного сприйняття людиною об'єкту-мему та інформації, що він несе в громадський публічний простір міста). Перші три – загальні, останні три – спеціальні, детерміновані як функціонально-просторові.

3. Визначено прийоми, що розкривають принципи архітектурно-функціональної організації громадського публічного простору міста, а саме: 1) принцип «компільторності» – «поєднання в одне ціле «активної», «нейтральної» і «пасивної» зони простору», «наповнення простору камерними «напівзакритими» місцями», «виділення «ближньої» і «дальньої» зони»; 2) принцип «атрактивності» – «виділення незвичним матеріалом, кольором, світлом нових об'єктів-мемів», «створення «зеленого» фасаду», «створення муралів на глухих фасадах будівель», «наповнення громадського публічного простору «активними» міськими майданчиками», «введення мобільних об'єктів-мемів»; 3) принцип «багатофункціональності і різноманітності функцій» – «терасування і геопластика», «функціональне і просторове «перетікання».

4. Встановлено прийоми, що розкривають спеціальні принципи розміщення об'єктів-мемів в громадських публічних просторах міста, а саме: для принципу «ситуаційної толерантності» – «підтримання релевантності об'єкту-мему для різних місць», «підкреслення показової демонстративності»; для принципу «спадкоємної неперервності і різноманітності» – «використання стилізованих історичних форм», «збереження традиційного матеріалу і кольору», «підкреслення існуючих головної чи додаткових функцій простору в новому об'єкті-мемі»; для принципу «когнітивної легкості» – «символічність в образному рішенні об'єкту-мему», «поєднання оригінальності і спрощеності форми з незвичним функціональним наповненням об'єкту-мему», «введення нових об'єктів-мемів, як середовищних орієнтирів і атракторів».

5. Надано рекомендації щодо ефективності розкриття сформульованих принципів комбінаціями з визначених прийомів, як в межах одного принципу, так і віднесених до різних, для підсилення дії якісних змін.

6. Надані рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст та розміщення в них об'єктів-мемів, умовно надконтекстних семантичних стереотипів, було систематизовано як: екологічні, композиційні, морфологічні, когнітивні, функціональні та соціально-економічні.

7. Сформульовані принципи, визначені прийоми та надані рекомендації були використані в розроблених концептах громадських публічних просторів міст Києва, Бреста, Мадрида, Лондона, Масдара, що експериментально підтвердило їх дієвість.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. На підставі здійсненого аналізу вітчизняного і зарубіжного досвід щодо визначення термінологічних понять архітектурного міського простору та сутності процесів в ньому і враховуючи існуючі нормативні документи України, було доповнено визначення поняття **«громадський публічний простір міста»**, як території, відділеної візуально і фізично окремими об'єктами, відкритої для всіх людей в будь-який час, де відбуваються різні міські дії і події, яка має такі характерні детермінації, як «Місце», «Люди», «Мета», «Дії»; а також надано визначення поняттям: **«семантичні архітектурні стереотипи»**, як об'єкти, фрагменти чи деталі – символи, які несуть певне стійке смислове значення та визначають зміст і призначення певного громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, забезпечують його смислове наповнення; та **«об'єкти-меми»**, як цілісні об'єкти, які несуть певне стійке смислове значення, зрозумілі для всіх при першому знайомстві з ними і не потребують супроводу необхідними поясненнями та міським контекстом, а отже є умовно надконтекстними семантичними архітектурними стереотипами, забезпечують смислове наповнення будь-якого громадського публічного простору міста і його сприйняття людиною, здатні адаптуватися під будь-який контекст.

2. Досліджено основні історичні періоди формування громадських публічних просторів міст, показано їх спадкоємний розвиток, сталі семантичні архітектурні стереотипи і об'єкти-меми. Узагальнено задачі, які виконують останні для розвитку існуючих і організації нових громадських публічних просторів міст, що позитивно впливають на відчуття людини (когнітивні, естетичні, композиційні, функціональні, соціально-економічні та містобудівні). Визначено фактори впливу на формування громадських публічних просторів міст (історико-політичний, економічний, соціальний, історико-культурний, національно-релігійний, природний, екологічний, технологічний (інформаційний), психологічний і фактор безпеки).

3. Розроблено загальну методику комплексного дослідження громадського публічного простору міста, що позитивно впливає на відчуття людини в ньому, через взаємозв'язок визначених його складових «Місце» + «Люди» + «Мета» + «Дії», і об'єктів-мемів, як містків у їх поєднанні і простору в цілому та позитивних емоцій у людини в ньому.

Запропоновано його графічну модель. Здійснений соціологічний відео-експеримент «Архітектура та щастя» про сприйняття різними людьми громадського публічного простору міста дозволив узагальнити екологічні, композиційні, морфологічні, когнітивні, функціональні та соціально-економічні характеристики останнього, що викликає позитивні емоції у людини в ньому.

4. Встановлено 4 етапи «мемізації» об'єктів (I – «прецедентний феномен»; II – «дієвість і тиражування»; III – «очищення від контексту»; IV – «вірус» або «смерть») та детерміновано 5 головних (прецедентність появи; об'єктивність; реплікативність; універсальність (незалежність від контексту); «вірусність» (легке і швидке розповсюдження)) і 10 додаткових (показову демонстративність; емоційну реверсивність; релевантність для різних місць; публічність; довговічність (темпоральність); спрощеність; космополітичність; динамічність (кінетичність) та інтерактивність) визначальних характеристик об'єктів-мемів.

5. Здійснено класифікацію об'єктів-мемів за двома категоріями (фізичною і ментальною) та 10 ознаками. До фізичної категорії, віднесено ознаки, що детермінують їх фізичні особливості: 1) за типом об'єкта (будівлі, споруди, малі архітектурні форми, елементи оздоблення, елементи декору, тощо); 2) розмірами та морфологічними особливостями (великі, середні, малі; прості, складні); 3) розташуванням в структурі простору (рядові, кутові, центричні; окремостоячі, дотичні, інтегровані; одиничні, групові); 4) композиційним значенням (вказівні, акцентні, домінантні; локальні, загальноміські); 5) матеріалом (штучні, природні, штучностворені з природним покриттям, композитні); 6) колористичним рішенням (монохромні, поліхромні). До ментальної – ознаки, що показують їх когнітивну складову: 1) за способом сприйняття (візуальні, аудіальні, тактильні, вербальні, інтерактивні, комбіновані); 2) посилом (мотивуючі на конкретну дію, забороняючі конкретну дію, агітаційні, навігаційні, розважальні, без чіткого посилу); 3) джерелом виникнення (прецедентні, спонтанні, комбіновані); 4) тривалістю «життя» (довгострокові, короткострокові).

6. Сформульовано принципи архітектурно-функціональної організації громадського публічного простору міста: 1) «компіляторності» (поєднання в одне ціле його складових через об'єкти-меми, як зв'язкові); 2) «атрактивності» (привернення уваги і підтримання

активності через введення нових об'єктів-мемів, як атракторів); 3) «багатофункціональності і різноманітності функцій» (різноманітного функціонального наповнення). Запропоновано три загальні і три спеціальні (функціонально-просторові) принципи розміщення об'єктів-мемів в громадських публічних просторах міст: 1) «надконтекстності» (їх здатності нести свій посил та надавати сенс будь-якому громадському простору без прив'язки до певного контексту); 2) «реплікативності» (створення копій «мемізованих» об'єктів і введення їх у міський простір, що наразі не використовується); 3) «вірусності» (поширення об'єктів-мемів на нові та існуючі простори в різних містах для їх швидкого перетворення в затребувані та місця для враження); 4) «ситуаційної толерантності» (підпорядкування нового об'єкту-мему традиційно сформованій композиції простору); 5) «спадкоємної неперервності і різноманітності» (підкреслення новим об'єктом-мемом традиційного значення простору через доповнення існуючих семантичних архітектурних стереотипів, а також можливість зміни їм своєї форми і функції при тиражуванні в інший простір задля уникнення прямого копіювання); 6) «когнітивної легкості» (легкого візуального, смислового і змістовного сприйняття людиною).

7. Доповнено прийоми архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст наступними: «поєднання в одне ціле «активної», «нейтральної» і «пасивної» зони»; «камерні місця»; «контрастний яскравий колір в деталях і площинах простору»; «введення паблік-медіа-арт об'єктів і 3D інсталяцій»; «створення «зелених» фасадів і муралів на глухих фасадах оточуючих будівель»; «активні міські майданчики»; «мобільні об'єкти-меми»; «функціональне і просторове перетікання»; «терасування і геопластика» тощо. Визначено функціонально-просторові прийоми розміщення об'єктів-мемів в них: «підкреслення показової демонстративності»; «використання стилізованих історичних форм»; «підкреслення існуючих головної чи додаткових функцій простору»; «символічність в образному рішенні»; «нові об'єкти-меми – середовищні орієнтири і атрактори» тощо.

8. Надано рекомендації щодо композиційної цілісності громадських публічних просторів міст через поєднання в їх загальній відкритій композиції окремих місць із закритою композицією для забезпечення комфортного перебування різних людей; застосування комбінації з прямолінійних і криволінійних форм у морфології нових об'єктів-

мемів та площин і рівнів простору; їх когнітивної легкості через виділення кольором, матеріалом, штучним світлом об'єктів-мемів, як середовищних орієнтирів і атракторів; екологічної, соціальної і економічної атрактивності через поєднання природних і штучних компонентів в оздобленні, функціональне наповнення та рівномірний розподіл додаткових функцій, підтримання доступності для всіх і зручності різнотривалого перебування, пішохідна пріоритетність, тощо.

9. Здійснено апробацію висунутих теоретичних припущень в концептуальних проектах організації громадських публічних просторів міст Києва, Бреста (Білорусь), Мадрида (Іспанія), Лондона (Великобританія), Масдара (ОАЕ), яка підтвердила їх дієвість, як для відкритих, так і закритих громадських публічних просторів. Саме в цьому напрямку і можуть бути продовжені започатковані дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аалто А. Архитектура и гуманизм. Москва: Прогресс, 1978. 224 с.
2. Абизов В. А. Методологічні основи розвитку архітектурно-будівельних систем (в умовах реформування житлової та містобудівельної політики України: дис. ... д. арх. Київ, 2001. 353 с.
3. Александер К., Исикава С., Сильверстайн М. Язык шаблонов. Города. Здания. Строительство. Москва, 2014. 1096 с.
4. Анциферов Н. П. Пути изучения города. Ленинград, 1926. 151 с.
5. Арендт Х. *Vita activa* или о соотношении частного и общего в Античности. Санкт-Петербург: Алетейя, 2000. 437 с.
6. Асеев Ю. С. Архитектура древнего Киева. Киев, 1982. 160 с.
7. Бархин Н. Архитектура и город. Проблемы развития советского зодчества. Москва: Наука, 1979. 221 с.
8. Батай Ж. Сумма атеологии: Философия и мистика. Москва: Ладомир, 2016. 566 с.
9. Бауман З. *Текущая современность*. С-Петербург: Питер, 2008. 240 с.
10. Башляр Г. *Поэтика пространства*. Москва: Ad Marginem, 2014. 352 с.
11. Білоконь Ю. М. Проблеми містобудівного розвитку територій: навчальний посібник. Київ: Украрбудінформ, 2002. 80 с.
12. Блинова М. Ю. Методологічні основи формування соціокультурної ідентичності в архітектурному середовищі сучасного міста: автореф. дис. ... д. арх. Харьков, 2016. 40 с.
13. Богачева Н. В., Сивак Е. В. Мифы о «поколении Z». Москва: НИУ ВШЭ, 2019. 64 с.
14. Бойко-Бойчук О.В. Світові тенденції розвитку міст: міжнародний досвід. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://academy.gov.ua/ej/ejb/txts/07bovmmd.htm> (дата звернення 26.10.2021).
15. Вадімов В. М. Методологія досвіду розробки та реалізації правил забудови міських територій. Досвід та перспективи розвитку міст України. Нормативно-правові аспекти містобудування: збірник наукових праць. Київ: Діпромісто, 2007. Вип. 12. С. 172 –183.

16. Вальденфельс Б. Повседневность как плавильный тигль рациональности. Социо-Логос. Москва: Прогресс, 1991. С. 39-50.
17. Веббер М. Избранное: образ общества. Москва: Центр гуманитарных инициатив, 2016. 768 с.
18. Віртуальний міст між Люблінном та Вільнюсом: мешканці можуть бачити один одного в реальному часі. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://naszwybir.pl/virtualnyj-mist-mizh-lyublinom-ta-vilnyusom-meshkantsi-mist-mozhut-bachyty-odne-odnogo-u-realnomu-chasi/> (дата звернення 15.10.2021).
19. Вирт Л. Урбанизм как образ жизни. Москва: Strelka Press, 2016. 108 с.
20. Габрель М. М. Просторова організація містобудівних систем. Київ, 2004. 400 с.
21. Гадамер Х-Г. Актуальность прекрасного. Москва: Искусство, 1991. 368 с.
22. Гейл Я. Жизнь среди зданий. Москва: Концерн «КРОСТ», 2012. 200 с.
23. Гел Й. Міста для людей. Київ: Основи, 2018. 280 с.
24. Гейл Я., Гемзо Л. Новые городские пространства. Москва: Концерн «КРОСТ», 2012. 264 с.
25. Гейл Я., Сварре Б. Как изучать городскую жизнь. Москва: Концерн «КРОСТ», 2016. 196 с.
26. Глазичев В. Л., Гутнов А. Э. Мир архитектуры. Лицо города. Москва: Молодая гвардия, 1990. 352 с.
27. Глазичев В. Л. Город как социокультурное явление исторического процесса. Москва: Наука, 1995. 351 с.
28. Глазичев В. Л. Город без границ. Москва, 2011. 400 с.
29. Гнатюк Л. Р., Шишлакова Г. О. Засадничі риси формотворення естетичного середовища української архітектури Х-XXI ст. Сучасні проблеми архітектури та містобудування: наук.-техн. збірник. Київ, 2011. Вип. 28. С. 45 – 50.
30. Головатюк А.К. Архітектурна модель дружнього простору: дис. ... маг. арх. Київ, 2017. 95 с.
31. Головатюк А.К. Меми та точки сенсу як спосіб ідентифікації та координації дії людини в сучасному міському просторі. Сучасні проблеми архітектури та містобудування: наук. – техн. збірник. Київ, 2018. Вип. 52. С. 44 – 50.

32. Головатюк А. К. Вплив залежності від соціальних мереж на формування публічних просторів міст. Сучасні проблеми архітектури та містобудування: наук. – техн. збірник. Київ, 2020. Вип. 56. С. 32 – 41.
33. Головатюк А. К. До питання значення публічних просторів в підвищенні рівня благополуччя в країні. Тези доповідей II міжнародної науково-практичної конференції «Іноваційні технології в архітектурі і дизайні». Харків, 2018. С. 54 – 57.
34. Головатюк А. К. Щодо актуальності відео-інтерв'ю як формату проведення архітектурного соціального опитування. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції: «Архітектура історичного Києва. BIM та інформаційні технології в архітектурі». Київ, 2019. С. 21 – 22.
35. Грегори Р. Разумный глаз. Как мы узнаем то, что нам не дано в ощущениях. Москва: Едиториал УРСС, 2003. 240 с.
36. Гусєв М.О. Принципи формування та розвитку відкритих просторів міст: автореф. дис. ... к. арх. Київ, 2021. 24 с.
37. Гуссерль Э. Феноменология. Логос. Москва, 1991. Вип. 1. С. 12 – 21.
38. Гутнов А. Э., Лежава И. Г. Будущее города. Москва: Стройиздат, 1977. 126 с.
39. Гутнов А. Э. Структурно-функциональная организация и развитие градостроительных систем: автореф. дис. ... д. арх. Москва, 1979. 41 с.
40. Гутнов А. Э. Эволюция градостроительства. Москва: Стройиздат, 1984. 256 с.
41. ДБН Б.2.2-12:2019: Планування та забудова територій. Київ, 2019.
42. Де Серто М. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать. С-Петербург: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. 332 с.
43. Дельоз Ж. Філософський енциклопедичний словник. Київ: Абрис, 2002. 742 с.
44. Десять секретов Мемориала 9/11 в Нью-Йорке. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://afisha.nyc/desyat-sekretov-memoriala-9-11-v-nyu-jorke/> (дата звернення 15.10.2021).
45. Дёмин Н. М. Управление развитием градостроительных систем. Київ: Будівельник, 1991. 184 с.

46. Дёмин Н. М., Городские агломерации в контексте исследования феномена форм и систем расселения. Містобудування та територіальне планування. Київ, 2012. Вип. 45 (1). С. 3 – 15.
47. Джекобс Дж. Смерть и жизнь больших американских городов Москва: Новое издательство, 2011. 460 с.
48. Дида О.А. Принципи формування атрактивності архітектурного середовища малих міст: автореф. дис. ... к. арх. Львів, 2015. 20 с.
49. Докинз Р. Эгоистичный ген. Москва: АСТ CORPUS, 2013. 512 с.
50. Дэй К. Места, где обитает душа: Архитектура и среда как лечебное средство. Москва, 2000. 280 с.
51. Зиммель Г. Избранное. Философия культуры. Созерцание жизни. Москва: Юрист, 1996. 1278 с.
52. Івашко Ю. В. Модерн в архітектурі Японії. Архітектурний вісник КНУБА. Київ, 2013. Вип. 1. 31-36 с.
53. Иконников А. В. Искусство, среда, время: Эстетическая организация городской среды. Москва: Сов. художник, 1985. 334 с.
54. Кан Л. Метафизика сходства. Искусствознание. Журнал по истории и теории искусства. 2011. № 1-2 [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <http://www.intelros.ru/subject/figures/sharif-shukurov/12760-luis-kan-metafizika-shodstva.html> (дата звернення 15.10.2021)
55. Карелова Л. Б. Учение Исиды Байгана о постижении «сердца» и становлении трудовой этики в Японии: беседы горожанина и селянина, рассуждения о бережливом управлении домом: исследования, перевод и комментарии. Москва: «Восточная литература» РАН, 2007. 315 с.
56. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: курс лекций. Москва: ИТДГК «Гнозис», 2002. 284 с.
57. Краткий политический словарь. Москва: Политиздат, 1987. 509 с.
58. Криворучко О. Методи дослідження сучасної архітектури: матриця аналізу архітектурних об'єктів деконструктивізму. Вісник Національного університету «Львівська Політехніка». Архітектура. Львів, 2006. № 568. 89-97.

59. Криворучко Ю. І. Феномен сакрального у розвитку міст та територій (на досвіді України): автореф. дис. ... д. арх. Київ, 2018. 38 с.
60. Криворучко Ю. І. Архитектурно-планировочная структура и восприятие города: дис. ... к. арх. Москва, 1988. 295 с.
61. Лефевр А. Производство пространства. Москва: Strelka Press, 2015. 432 с.
62. Лещенко Н. А. Методологічні основи реставраційно-реконструктивних трансформацій історичних центрів малих міст: дис. ... д. арх. Київ, 2020. 447 с.
63. Лещенко Н. А. Принципи реконструкції архітектурних споруд історичних ансамблів малих міст Західної України: дис. ... к. арх. Київ, 2000. 186 с.
64. Лінда С. М. Историзм у розвитку архітектури: автореф. дис. ... д. арх. Львів, 2013. 34 с.
65. Лінда С. М. Феномени тексту, контексту та хронотопного фрейму у семіотичному аналізі об'єктів архітектури історизму. Проблемы теории и истории архитектуры Украины: сб. науч. тр. Вып. 12. Одесса: Астропринт, 2012. С. 42–53.
66. Линч К. Образ города. Москва: Стройиздат, 1982. 328 с.
67. Линч К. Совершенная форма в градостроительстве. Москва: Стройиздат, 1986. 264 с.
68. Лоу С. Пласа. Политика общественного пространства и культуры. Москва: Strelka Press, 2016. 352 с.
69. Майдан після пандемії може виглядати, як ця площа в Італії. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://bigkyiv.com.ua/majdan-pislya-pandemiyi-mozhe-vyglyadaty-yak-tsya-ploshha-v-italiyi-foto/> (дата звернення 15.10.2021).
70. Мардер А. П., Євреїнов Ю. М., Пламеницька О. А. Архітектура: короткий словник-довідник. Київ, 1995. 335 с.
71. Маслоу А. Мотивация и личность. С-Петербург: Питер, 2012. 352 с.
72. Мем – как современный универсальный язык. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://tvorcheskie-proekty.ru/node/2375>
73. Мещеряков А. Н. Стать японцем. Топография тела и его приключения. Москва: Наталис, 2014. 432 с.

74. Міста світу облаштовують велоінфраструктуру після карантину. Які велопроекти можна актуалізувати в Києві? [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://hmarochos.kiev.ua/2020/06/10/mista-svitu-oblashtovuyut-veloinfrastrukturu-pislya-karantynu-yaki-veloprojekty-mozhna-aktualizuvaty-v-kyuevi/> (дата звернення 15.10.2021).

75. Михалевський Д. Пространство и бытие. Сборник статей. С-Петербург: Алетейя, 2016. 488 с.

76. Нувель Ж. Луизианский манифест. Проект International. Москва, 2007. № 14. 156-161 с.

77. Олійник О. П. Теоретико-методологічні основи формоутворення міських громадських просторів: автореф. дис. ... д. арх. Харків, 2021. 42 с.

78. Орлов Е. Киберотопия. Будущие архитектурные пространства. Смерть аналоговых городов: дис. ... маг. арх. Москва, 2016. 120 с.

79. Осиченко Г. О. Методологічні основи формування естетики міського середовища: автореф. дис. ... д. арх. Київ, 2015. 32 с.

80. Палласмаа Ю. Мыслящая рука. Архитектура и экзистенциальная мудрость бытия. Москва: Классика-XXI, 2013. 175 с.

81. Панченко Т. Ф. Ландшафтно-рекреаційне планування природно-заповідних територій. Київ, 2015. 176 с.

82. Паперний В., Стивен Холл: Квадрат Малевича и губка Менгера. Fuck context?. Москва: Tatlin, 2011. 124 с.

83. Плешкановська А. М., Портянко О. М. Вплив часового фактору на формування різноманітності міського середовища (на прикладі м. Тульчин). Сучасні проблеми архітектури та містобудування: наук.-техн. збірник. Київ, 2015. Вип. 39. С. 119-124.

84. Постковидная архитектура. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: https://propertytimes.com.ua/trends/postkovidnaya_arhitektura (дата звернення 15.10.2021).

85. Принципи універсального дизайну. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://ud.org.ua/publikatsiji/11-printsipi-universalnogo-dizajnu> (дата звернення 15.10.2021).

86. Про архітектурну діяльність: Закон України. Київ, 1999.
87. Про охорону історичних міст: Вашингтонська хартія. Вашингтон, 1987.
88. Про регулювання містобудівної діяльності: Закон України. Київ, 2011.
89. Про стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України. Київ, 2015.
90. Програма «Индекс качества городской среды». Официальный сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://xn----dtbcccddtsyubxk.xn--p1ai/#/> (дата звернення 15.10.2021)
91. Програма ООН-Хабітат «Хартія суспільного простору». Нью-Йорк, 2014.
92. Програма ООН «Sustainable Development Goals». Нью-Йорк, 2015. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/> (дата звернення 15.10.2021)
93. Програма ООН «UN-Habitat. People-Centered smart cities». Гамбург, 2017-2021. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://unhabitat.org/programme/people-centered-smart-cities/> (дата звернення 15.10.2021)
94. Програма ІААС «Knowledge Alliance for Advanced Urbanism». Барселона, 2015-2018. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://iaac.net/project/kaau/> (дата звернення 15.10.2021)
95. Програма НАТО «Streets for Pandemic Response and Recovery Grant Program». Нью-Йорк, 2021. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://nacto.org/program/streets-for-pandemic-response-and-recovery-grant-program/> (дата звернення 15.10.2021)
96. Програма «Project for Public Spaces «Placemaking». Нью-Йорк, 2020. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://www.pps.org/placemaking> (дата звернення 15.10.2021)
97. Проект «Active Public Space». Брюссель, 2015-2017. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://unhabitat.org/programme/people-centered-smart-cities/> (дата звернення 15.10.2021)
98. Раєвський А.Е. Я понял Японию. Москва: АСТ, 2021. 352 с.

99. Регіональна програма «Київська ініціатива». Проект: Урбаністичні стратегії в історичних містах, скеровані громадою. COMUS, 2011. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: http://195.78.68.75/mincult_old/uk/publish/article/384353 (дата звернення 15.10.2021)
100. Ремизова Е. И. Логические структуры композиционного языка архитектуры: дис. ... д. арх. Харьков: ХНУСА, 2013. 384 с.
101. Роденвальд Г. О форме Эрехтейона. История архитектуры в избранных отрывках. Москва, 1935. 112 с.
102. Родичкин И. Д. Краткий справочник архитектора: ландшафтная архитектура. Киев: Будівельник, 1990. 335 с.
103. Рубан Л. І. Методологічні основи архітектурно-ландшафтної організації прибережних та водних територій: автореф. дис. ... д. арх. Київ, 2020. 44 с.
104. Сеннет Р. Падение публичного человека. Москва: Логос, 2003. 424 с.
105. Словник української мови. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/publichnyj> (дата звернення 15.10.2021).
106. Солсо Р. Когнитивная психология. С-Петербург: Питер, 2006. 589 с.
107. Соснова Н. С. Теоретико-методологічні основи формування громадських просторів міст України: автореф. дис. ... д. арх. Львів, 2021. 44 с.
108. Стецюк І.І. Соціокультурні принципи гармонійної трансформації міського середовища: дис. ... к. арх. Київ, 2016. 217 с.
109. Тімохін В. О. Архітектура міського розвитку. Сім книг з теорії містобудування. Київ: КНУБА, 2008. 629 с.
110. Тімохін В. О. Гармонічність еволюційної динаміки самоорганізації містобудівних систем: автореф. дис. ... д. арх. Київ, 2004. 37 с.
111. Товбич В. В. Сисойлов М. В. Архітектура: мистецтво та наука. Том 1: становлення та розвиток процесів і явищ архітектури. Дніпропетровськ, 2007. 1020 с.
112. Трогуары Парижа и их история. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://www.rfi.fr/ru/obshchestvo/20140315-trotuary-parizha-i-ikh-dostoprimechatelnosti> (дата звернення 15.10.2021).

113. Узнадзе Д.Н. Экспериментальные основы психологии установки. Москва, 1949. 413 с.
114. Урри Дж. Социология за пределами обществ. Виды мобильности для XXI столетия. Москва: Высшая школа экономики, 2012. 336 с.
115. Устінова І. І. Методологічні основи сталого розвитку еколого-містобудівних систем: автореф. дис. ... д. арх. Київ, 2016. 44 с.
116. Утехин И. Место действия: публичность и ритуал в пространстве постсоветского города. Москва: Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка», 2012. 45 с.
117. Феноменологические концепции современной теории архитектуры. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://elima.ru/articles/?id=104> (дата звернення 15.10.2021)
118. Фільваров Г. Й. Містобудівна активність: суспільно-історичні передумови. Досвід та перспективи розвитку міст України. Київ: Діпромiсто, 2009. №16. С.120-131.
119. Фомін І. О. Основи теорії містобудування. Київ: Наукова Думка, 1997. 192 с.
120. Фомин И. А. Город в системе населенных мест. Київ: Будівельник, 1986. 112 с.
121. Чемеркін С. Інтернет-мем – що це? Культура слова. Київ, 2015. №82. 113-116 с.
122. Черкес Б. С. Національна ідентичність в архітектурі громадських центрів столичних міст в умовах ідеологічної детермінації: автореф. дис. ... д. арх. Львів, 2006. 36с.
123. Черкес Б. С. Національна ідентичність в архітектурі міста. Львів, 2008. 268 с.
124. Шебек Н. М. Теоретичні основи гармонізації архітектурного середовища: автореф. дис. ... д. арх. Київ, 2013. 33 с.
125. Шинкарук В.І. Філософський енциклопедичний словник. Київ: Абрис, 2002. 742 с.
126. Штейнер Е.С. Приближение к Фудзияме. Москва: Слово, 2011. 359 с.
127. Яблонська Г. Д. Организация высокоплотной городской среды. Регенерация микросайтов сложившейся жилой застройки на принципах самоорганизации и аутентичности. Містобудування та територіальне планування: наук.-техн. збірник. Київ, 2011. Вип. 42. С. 456-465.

128. Як з'явилися перші пішохідні переходи в світі.[Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://conflict.net.ua/jak-z-javilisja-pershi-pishohidni-perehodi-sviti/> (дата звернення 15.10.2021).
129. Яницкий О. Н. Досье инвайронменталиста. Очерк интеллектуальной биографии. Москва: ИС РАН, 2009. 239 с.
130. Яргина З. Н. Эстетика города. Москва: Стройиздат, 1991. 366 с.
131. Ясперс К. Общая психопатология. Москва: Практика, 1997. 1056 с.
132. Aldo van Eyck obituary. The Guardian. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/news/1999/jan/28/guardianobituaries.jonathanglancey> (дата звернення 15.10.2021)
133. Amin S., Camiller P. Obsolescent capitalism: contemporary politics and global disorder. London, NY: Zed Books, 2003. 190 p.
134. Ando T. The Pritzker Architecture Prize. 1995. LA: The Hyatt Foundation, 1995. 48 p.
135. Behnaz Farahi official website. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://behnazfarahi.com/> (дата звернення 15.10.2021).
136. Bulakh I. V. Artistic and Aesthetic Formation and Evolution of Architectural and Urban Planning Space. Science and Innovation. Kyiv, 2019. Vol. 15. No. 5(5). P. 47-56.
137. Cirkelbroen, Copenhagen. E-architect, 2020. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://www.e-architect.com/copenhagen/cirkelbroen> (дата звернення 15.10.2021).
138. Civic Practices Network. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://civicwise.org/> (дата звернення 15.10.2021).
139. Christopher Benninger – Art of an Architect. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://www.re-thinkingthefuture.com/know-your-architects/a978-christopher-benninger-art-of-an-architect/> (дата звернення 15.10.2021).
140. Cultural Center Rozet в Арнемі. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://archello.com/project/arnhem-rozet> (дата звернення 15.10.2021).

141. Didichenko M., Bulakh I., Kozakova O. Spatial and Temporal Principles and Methods of the Historical Urban Environment Composition Transformations. Urban and Regional Planning. New York, 2019. No. 4. Vol. 4. P. 144–151.

142. Ice Watch London. “Ice Watch.” 2020. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://icewatchlondon.com. > (дата звернення 15.10.2021).

143. International Association for Public Participation [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://www.iap2.org/page/history> (дата звернення 15.10.2021).

144. Ivashko Yu., Gryglewski P., Chernyshev D., Chang P., Dmytrenko A. Art as a message realized through various means of artistic expression. Art Inquiry. Recherches sur les arts, 2020. Vol. XXII. P. 57-88.

145. Few S. Show Me The Numbers: Designing Tables and Graphs to Enlighten. Berkeley: Analytics Press, 2013. 280 p.

146. Garden project conceived for the Festival Ephemeral Gardens in Quebec City by spmb. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://adcitymag.livejournal.com/2333615.html> (дата звернення 15.10.2021).

147. Gastro Safe Zone. Brno, 2020. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: [https:// http://www.gastrosafezone.eu/](https://http://www.gastrosafezone.eu/) (дата звернення 15.10.2021)

148. Groys B. Einführung in die Anti-Philosophie. München - Wien: Hanser Verlag, 2009. 290 p.

149. Habermas J. Religion and Rationality. Essays on Reason, God and Modernity. Cambridge: MIT Press, 2002, 184 c.

150. Heidegger M. Building Dwelling Thinking. Poetry, language, thought. NewYork: Harper & Row, 1971. 143-161p.

151. Herzog, J., de Meuron, P., Ursprung P. Portfolio. Natural History. Zürich: Lars Muller Publishers, 2005. 186-201 pp.

152. Holl S. Intertwining, NY: Princeton Architectural Press, 1998. 172 p.

153. Holl, S. Parallax. NY: Princeton Architectural Press, 2000. 350 p.

154. Holovatiuk A. Memes in public urban spaces. Przestrzen Urbanistyka Architektura. Krakov, 2018. Vol. 2. P. 25 – 34.

155. Holovatiuk A. Understanding the term of meme from the general and architectural point of view. *SPACE & FORM*. Szczecin, 2020. № 44. P. 71 – 78.
156. Holovatiuk A. Scientific research in a form of social experiment. Materials of the VIII International Scientific Conference from the series «Phenomena of Borderland». Szczecin, 2019. P. 25.
157. Holovatiuk A. Comparison of the effectiveness of the questionnaire and video interviews in architectural research. Materials of the IX International scientific conference from the series "Phenomena of borderland", Szczecin, 2020. P. 25.
158. Holovatiuk A. K. About the influence of the historically established notion of personality on the perception of the public space of the city. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції: «Архітектура історичного Києва. Історія – теорія - практика». Київ, 2020. С. 50.
159. Holovatiuk A. K. Space and personality in the countries of Far East. Матеріали Міжнародного науково-технічного форуму: «Архітектура та будівництво: нові тенденції і технології. Теорія та практика». Київ, 2021. С. 140.
160. How has public space changed in 2020? [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: https://www.archdaily.com/953517/how-has-public-space-changed-in-2020?ad_medium=gallery (дата звернення 15.10.2021).
161. Jodidio Ph. Architecture in the Emirates. Keln: Taschen, 2007. 192 p.
162. Kahneman D. Thinking, Fast and Slow. N Y: Farrar, Straus and Giroux, 2011. 499 p.
163. Klinenberg E. Palaces for the People. How to build a more equal and united society. NY: Random House, 2018. 288 p.
164. Kent F. Planning for Public Spaces as if People Mattered. The Washington Post. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://www.pps.org/article/neal-peirce-1978> (дата звернення 15.10.2021).
165. Leshchenko N., Holovatiuk A. Inclusive public space as the result of modern functional adaptation of architectural monuments. Current issues in research, conservation and restoration of historic fortifications: collection of scientific articles. Chelm, 2018. № 10. P. 78 –86.
166. Liddell H.G., Scott R. A Greek-English Lexicon. Oxford: Clarendon Press, 1996. 320 p.

167. Life and Works of Glenn Murcutt. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://www.re-thinkingthefuture.com/know-your-architects/a310-life-and-works-of-glenn-murcutt/> (дата звернення 15.10.2021).
168. Luhmann N. Die Moral der Gesellschaft. Frankfurt: Suhrkamp, 2008. 402 p.
169. Lumsden C. J. Genes, Mind and Culture: The Coevolutionary Process. Cambridge: Harvard University Press, 1981. 216 p.
170. Madden K. Placemaking in urban design. Companion to urban design. Routledge. New York City. NY, 2011. No. 4. P. 654–673.
171. Madrid Rio: Spanish Landscape Design, E-architect, 2020. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://www.e-architect.com/madrid/madrid-rio-landscape> (дата звернення 15.10.2021).
172. Mario Botta oficial website. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <http://www.botta.ch/> (дата звернення 15.10.2021).
173. Merleau-Ponty M. Phenomenologie de la perception. Paris: Routledge, 1945. 466 p.
174. Norberg-Schulz C. Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture. NY: Rizzoli, 1979. 216 p.
175. Norretranders T. The User Illusion: Cutting Consciousness Down to Size. London: Penguin Books, 1999. 480 p.
176. Nas P.J.M. Cities Full of Symbols. A Theory of Urban Space and Culture. Amsterdam: Leiden University Press, 2011. 303 p.
177. Oldenburg R. The Great Good Place. NY: Paragon House, 1989. 384 p.
178. Osgood, C.E., Suci, G.J., Tannenbaum, P.H. The Measurement of Meaning. Illinois: University of Illinois Press, 1957. 360 p.
179. Pérez Gómez A., Weir D. Towards an Ethical Architecture. Vancouver: Simply Read Books, 2006. 260 p.
180. Project for Public Spaces. <https://www.pps.org/> [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://www.iap2.org/page/history> (дата звернення 15.10.2021).
181. Rapoport A. The Meaning of the Built Environment: A Nonverbal Communication Approach. Tucson: University of Arizona Press, 1982. 253 p.

182. Recommendation No. R (86) 11 of the Committee of Ministers to Member States on Urban Open Space. Council of Europe. Strasbourg, 1986. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/manifiestos_patrimonio/es_8658/adjuntos/DOC41.pdf (дата звернення 15.10.2021).
183. Ricoeur P. A l'école de la phénoménologie. Paris: J. Vrin, 1986. 295 p.
184. Rushkoff D. Signs of the times. Technology. The Guardian. London, 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://www.theguardian.com/technology/2002/jul/25/onlinesupplement.newmedia> (дата звернення 15.10.2021).
185. Sanoff H. Community Participation Methods in Design and Planning. NY: John Wiley & Sons Inc., 2000. 306 p.
186. Siza A. Writings on Architecture. Milan: Skira Publishing, 1997. 208 p.
187. Smithson R. A Sedimentation of the Mind: Earth Projects. NY: Artforum, 1968. 45 p.
188. Strade Aperte a Milano: il piano del capoluogo lombardo per la mobilità post-Covid. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://www.idealista.it/news/immobiliare/costruzioni/2020/04/27/139868-strade-aperte-a-milano-il-piano-del-capoluogo-lombardo-per-la-mobilita-postcovid?xtor> (дата звернення 15.10.2021).
189. Superkilen Copenhagen. E-architect, 2020. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://www.e-architect.com/copenhagen/superkilen> (дата звернення 15.10.2021).
190. Susan Blackmore on Memes and T-Memes. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: https://www.ted.com/talks/susan_blackmore_memes_and_temes?language=ru (дата звернення 26.10.2021).
191. The architect who became a diamond. The New Yorker. NY, 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://www.newyorker.com/magazine/2016/08/01/how-luis-barragan-became-a-diamond> (дата звернення 5.9.2021).
192. Trudolyubov M. The Tragedy of Property: Private Life, Ownership and the Russian State. Cambridge: Polity Press, 2018. 220 p.
193. Ustinova I. Principles and strategies of sustainable development of regions. Motrol. Lublin – Rzeszow, 2015. Vol. 17. No 8. P. 13-25.

194. Vincent Callebaut Architectures Paris. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://vincent.callebaut.org/> (дата звернення 15.10.2021).

195. Vito Acconci interview for Designboom. NY, 2006. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://www.designboom.com/interviews/designboom-interview-vito-hannibal-acconci/>(дата звернення 15.10.2021).

196. Why is Rem Koolhaas the World's most controversial architect? Smithsonian Magazine. Washington, 2012. [Электронный ресурс]. Режим доступа до ресурсу: <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/why-is-rem-koolhaas-the-worlds-most-controversial-architect-18254921/> (дата звернення 15.10.2021)

197. Whyte W. H. The Social Life of Small Urban Spaces. NY, 2004. 125 p.

198. Zumthor P. Atmospheres. Architectural Environments. Surrounding Objects. Basel: Birkhauser, 2006. 76 p.

ДОДАТОК А
СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Головатюк А. К. Мемі та точки сенсу як спосіб ідентифікації та координації дії людини в сучасному міському просторі. Сучасні проблеми архітектури та містобудування: наук. – техн. збірник. Київ, 2018. Вип. 52. С. 44 – 50. ISSN 2077-3455. <http://library.knuba.edu.ua/books/zbirniki/01/2018/201852.pdf>
2. Holovatiuk A. Memes in public urban spaces. Przestrzen Urbanistyka Architektura. Krakow, 2018. Vol. 2. P. 25 – 34. ISSN 2544-0853, e-ISSN 2544-6630. <https://doi.org/10.4467/00000000PUA.18.021.9523>
3. Leshchenko N., Holovatiuk A. Inclusive public space as the result of modern functional adaptation of architectural monuments. Current issues in research, conservation and restoration of historic fortifications: collection of scientific articles. Chelm, 2018. № 10. P. 78 –86. ISSN 2544-6517. *Особистий внесок здобувача: історичний аналіз, аналіз сучасного стану об'єкту дослідження, рекомендації по організації комфортного інклюзивного публічного простору (акустичний, візуальний і навігаційний комфорт).*
4. Головатюк А. К. Вплив залежності від соціальних мереж на формування публічних просторів міст. Сучасні проблеми архітектури та містобудування: наук. – техн. збірник. Київ, 2020. Вип. 56. С. 32 – 41. ISSN 2077-3455. <https://doi.org/10.32347/2077-3455.2020.56.32-41>
5. Holovatiuk A. Understanding the term of meme from the general and architectural point of view. SPACE & FORM. Szczecin, 2020. № 44. P. 71 – 78. ISSN 1895-3247. DOI: 10.21005/pif.2020.44.B-04. (Index Copernicus). <https://doi.org/10.21005/pif.2020.44.B-04>
6. Holovatiuk A. Historical analysis of the formation and development of public spaces in the Far East. Сучасні проблеми архітектури та містобудування: наук. – техн. збірник. Київ, 2022. Вип. 62. С. 40 – 49. ISSN 2077-3455. <https://doi.org/10.32347/2077-3455.2022.62.40-49>
<http://archinform.knuba.edu.ua/article/view/255182/252472>

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Головатюк А. К. До питання значення публічних просторів в підвищенні рівня благополуччя в країні. Тези доповідей II міжнародної науково-практичної конференції «Іноваційні технології в архітектурі і дизайні». Харків, 2018. С. 54 – 57.

8. Holovatiuk A. Scientific research in a form of social experiment. Materials of the VIII International Scientific Conference from the series "Phenomena of Borderland". Szczecin, 2019. P. 25.

9. Головатюк А. К. Щодо актуальності відео-інтерв'ю як формату проведення архітектурного соціального опитування. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції: «Архітектура історичного Києва. BIM та інформаційні технології в архітектурі». Київ, 2019. С. 21 – 22.

10. Holovatiuk A. Comparison of the effectiveness of the questionnaire and video interviews in architectural research. Materials of the IX International scientific conference from the series "Phenomena of borderland", Szczecin, 2020. P. 25. ISSN 1895-3247.

11. Holovatiuk A. K. About the influence of the historically established notion of personality on the perception of the public space of the city. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції: «Архітектура історичного Києва. Історія – теорія - практика». Київ, 2020. С. 50.

12. Holovatiuk A. K. Space and personality in the countries of Far East. Матеріали Міжнародного науково-технічного форуму: «Архітектура та будівництво: нові тенденції і технології. Теорія та практика». Київ, 2021. С. 140.

ДОДАТОК Б
Акти впровадження



04114 М. КИЇВ, ПРИОРСЬКА, 10 ТЕЛ (067) 428-24-88 ARDISCONN@UKR.NET WWW.ARDIS-DESIGN.COM

У спеціалізовану вчену раду

АКТ

про впровадження результатів науково-дослідної роботи

Результати дисертаційного дослідження Головатюк Аліни Костянтинівни «Семантичні архітектурні стереотипи громадського публічного простору міста» на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 191 – «Архітектура та містобудування» були впроваджені в проектну пропозицію «Громадський публічний простір житлового району «Красный Двор» в Бресті».

В проекті було використано низку запропонованих Головатюк А. К. принципів та прийомів архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст, а саме: принцип «багатофункціональності і різноманітності функцій» з прийомом «функціональне і просторове «перетікання»; принцип «компліментарності» з прийомами «виділення «ближньої» і «дальної» зони» та «наповнення камерними «напівзакритими» місцями». Також було задіяно сформульований нею спеціальний принцип розміщення об'єктів-мемів в громадському публічному просторі міста – «когнітивної легкості», з прийомом «введення нових об'єктів-мемів як середовищних орієнтирів і атракторів».

Проект виконано в 2018 році та впроваджено в проектно-будівельній фірмі «АРДИС» для подальшої детальної розробки.

ГАП проектно-будівельної фірми «АРДИС»
доктор архітектури



Деценко Н.А.

ФОП КУРЕНОВСЬКИЙ ОЛЕКСІЙ МИКОЛАЙОВИЧ

ПІН: 2456100018

02232, м.Київ, пр-т Мажковського б. 46, кв.226

Тел.237-70-28

У спеціалізовану вчену раду

АКТ вирондження науково-дослідної роботи

Виданий Головаток Аліні Костянтинівні у тому, що результати її дисертаційної праці «Семантичні архітектурні стереотипи громадського публічного простору міста» на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 191 – «Архітектура та містобудування» знайшли практичну реалізацію у створенні громадського простору по вулиці Братиславській, 52 в місті Києві.

В реалізованому проєкті було використано запропоновані в дисертаційному дослідженні Головаток А.К. принципи, прийоми та рекомендації щодо архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст та розміщення об'єктів-мемів в них, а саме: «атрактивності» та «багатофункціональності і різноманітності функцій», розкритих в прийомах «наповнення громадського публічного простору «активними» міськими майданчиками», «функціональне і просторове «перетікання», «терасування і геопластика» та рекомендаціях щодо облаштування його місцями для зручного різноманітного перебування.

Проєкт було реалізовано в 2019 році на замовлення ресторану – башкет-холу «SNOISE».

ФОП




КУРЕНОВСЬКИЙ О.М.



ПРОЕКТНО-БУДІВЕЛЬНА ФІРМА

04114 М. КИЇВ, ПРИОРСЬКА, 10 Тел. (067) 428-24-88 ARDISCONN@UKR.NET WWW.ARDIS-DESIGN.COM

У спеціалізовану вчену раду

АКТ

про впровадження результатів науково-дослідної роботи

Виданий Головатюк Аліні Костянтинівні у тому, що результати її дисертаційного дослідження на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 191 – «Архітектура та містобудування» реалізовані в проектній пропозиції по організації скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі, 33/6 в Києві.

В основу проекту покладені сформульовані в дисертації Головатюк А. К. принципи архітектурно-функціональної організації громадських публічних просторів міст, а саме: «компільаторності», «атрактивності» та «багатофункціональності і різноманітності функцій», а також принципи розміщення об'єктів-мемів в них, а саме: «спадкоємної неперервності і різноманітності» і «когнітивної легкості» та надані рекомендації щодо створення арт-скверу, що має об'єднати в собі меморіальну та різні міські функції, буде сприяти, як відновленню архітектурної цінності історичного середовища, так і підвищенню його соціо-культурної цінності.

Проект виконано в 2021 році та впроваджено в проектно-будівельній фірмі «АРДІС» для подальшої детальної розробки.

ГАП проектно-будівельної фірми «АРДІС»
доктор архітектури



Лещенко Н.А.

ДОДАТОК В

Додаткові матеріали, які засвідчують апробацію положень дисертації

НСАУ



uia»

НАЦІОНАЛЬНА СПІЛКА АРХІТЕКТОРІВ УКРАЇНИ

ДИПЛОМ

НАГОРОДЖУЄТЬСЯ

Головатюк Аліна Костянтинівна

ПРИЗОМ «ПРОСТІР»

Номінація: Інтер'єр (проект)

Soaring Arch – Ширяюче склепіння
по вул. Лаврська, 10 – 12 у Києві

Огляд-конкурс

«ПРЕМІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СПІЛКИ АРХІТЕКТОРІВ УКРАЇНИ»

"27" червня 2018 р., м.Київ

Президент НСАУ

В.М. Гусаков





DESIGN
AWARD
2021

FINALIST

CERTIFICATE OF EXCELLENCE

This certificate is awarded to

Alina Holovatiuk

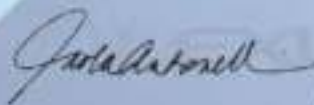
*for her selection as a Finalist of Lexus Design Award 2021
under the theme of "Design for a Better Tomorrow" with*

"InTempo"

mentored by

Mariam Kamara, Sabine Marcelis, Sputniko!, Joe Doucet

12 April 2021, Tokyo / Japan



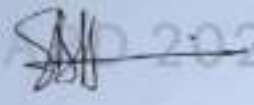
PAOLA ANTONELLI



DONG GONG



GREG LYNN



SIMON HUMPHRIES

The Lexus Design Award is an international design competition targeting up-and-coming creators from around the world whose work contributes to shaping a better future. The award is a unique opportunity for the SIX selected finalists to work with globally recognized designers as mentors, with their design prototypes given a platform for exposure on the global stage.

ДЕПАРТАМЕНТ МІСТОБУДУВАННЯ ТА АРХІТЕКТУРИ
ВИКОНАВЧОГО ОРГАНУ КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ



ПОДЯКА

*Талобанюк
Аліні Зостянтинівні*

ЗА УЧАСТЬ У ВСЕУКРАЇНСЬКОМУ ВІДКРИТОМУ АРХІТЕКТУРНОМУ КОНКУРСІ
НА ВИЗНАЧЕННЯ НАЙКРАЩОЇ ПРОЄКТНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ
БЛАГОУСТРОЮ СКВЕРУ ІМЕНІ **ВАСИЛЯ СЛІПАКА**
НА АНДРІЇВСЬКОМУ УЗВОЗІ, 33/6 У ПОДІЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ МІСТА КИЄВА
ТА ПРОФЕСІЙНЕ ВИКОНАННЯ КОНКУРСНОГО ЗАВДАННЯ

ГОЛОВНИЙ АРХІТЕКТОР МІСТА КИЄВА

ОЛЕКСАНДР СВИСТУНОВ

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ СЕКРЕТАР КОНКУРСУ
ЗАСТУПНИК ДИРЕКТОРА ДЕПАРТАМЕНТУ

СВІТЛАНА ЛИПІВСЬКА



Certificate of Participation

Yellow Unit Alina Holovatiuk

We hereby certify that the project cited above was entered in the 6th Holcim Awards competition in which 4,742 entries were received. The submission was one of 2,507 entries that met the stringent criteria of the competition and was presented to the respective regional Holcim Awards jury headed by:

Europe: **Jeannette Kuo**, Switzerland

North America: **Reed Kroloff**, USA

Latin America: **Loreta Castro Reguera**, Mexico

Middle East Africa: **Marlam Kamara**, Niger

Asia Pacific: **Nirmal Kishnani**, Singapore

The Holcim Foundation for Sustainable Construction would like to congratulate you on this achievement, and thank you for your contribution to promoting sustainable construction.

Prof. Dr. Marilyne Andersen
Head of the Academic
Committee Holcim Foundation

Edward Schwarz
General Manager
Holcim Foundation

The Holcim Awards is the world's most significant competition in sustainable design. It celebrates innovative, future-oriented, and tangible sustainable construction projects and next generation visions from around the globe. Five target issues form the basis on which projects are assessed:

Progress: Innovation and transferability

People: Ethical standards and social inclusion

Planet: Resource and environmental performance

Prosperity: Economic viability and compatibility

Place: Contextual and aesthetic impact



The golden ratio (or golden section) has been considered an example of divine proportion since antiquity. The icon of the Foundation is an icosahedron that stands for the objectives of sustainability in construction: striving for balance and harmony – between today and tomorrow, between resources and consumption, and between needs and opportunities.

SBID



Society of British and international design
is proud to announce that

Alina Holovatiuk

is the Winner of the

Special Prize

in the category of

Public Space

15 March 2018

GET ME 2 THE TOP



MULTICOMFORT House Students Contest Edition 2017

13th INTERNATIONAL EDITION

Madrid, Spain, 2nd June 2017


PRESENTED TO

ALINA HOLOVATIUK

who has received 2nd Prize in the final stage of MULTICOMFORT House Students Contest Edition 2017 for proposing a vision for "Urban Regeneration of a community in Madrid" designed in accordance with Saint-Gobain MULTICOMFORT Standards.



 Maria Del Pilar Paredes Siquet
 Sustainable Urban Development Area Advisor
 Madrid City Council


 Raquel Del Rio Macho
 Sustainable Urban Development Area Advisor
 Madrid City Council


 Olivier Sézanne
 International Marketing Director
 Saint-Gobain Group, France

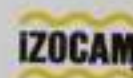

 Laetitia Anderson
 International Manager - Innovation & Solutions
 Saint-Gobain Insulation Activity, France


 Roland Harjo
 Architect
 RHP Architects, Serbia


 Francisco Rivas Riverola
 Architect
 1st Prize winner MCH Students Contest Spain 2010


 Nicolas Torres Flores GONZALEZ de Paredes
 Architect
 Teacher ETSAM, Madrid

Saint-Gobain thanks all students and professors from the universities of Belarus, Belgium, Bulgaria, Colombia, Croatia, Czech Republic, Estonia, Finland, France, Germany, India, Italy, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Latvia, Poland, Romania, Russia, Slovakia, Slovenia, South Africa, Spain, Turkey, UK, Ukraine for their participation.



ТОВ «СЕН-ГОБЕН БУДІВЕЛЬНА ПРОДУКЦІЯ УКРАЇНА»

ДИПЛОМ

нагороджується

Аліна Тошоватюк

за перше місце
в національному фіналі конкурсу
«Проектування Мультикомфортного
будинку Saint-Gobain.
Відновлення міського середовища
мікрорайону у м. Мадрид»

Директор
ТОВ «Сен-Гобен Будівельна Продукція Україна»



К.О.Песенков


SAINT-GOBAIN

Київ 2017


SAINT-GOBAIN

XXVI міжнародний огляд-конкурс дипломних проектів випускників архітектурних і дизайнерських вищих шкіл

ДИПЛОМ І С Т У П Е Н Я

у номінації
дизайн архітектурного середовища

НАГОРОДЖУЄТЬСЯ

магістр архітектури
КНУБА

Головатюк Аліна Костянтинівна

за дипломну роботу на тему:

Архітектурна модель дружнього простору

Керівник: проф. Яблонська Ганна Дмитрівна

Голова журі,
президент НСАУ



Гусаков В.М.

25

ОГЛЯД+КОНКУРС



конкурсних ескізних проєктів
гармонізації громадського простору
історичного середовища в місті Чернівці

ДИПЛОМ

ДРУГОГО СТУПЕНЯ

нагороджується:

АЛІНА ГОЛОВАТЮК

(студентки Київського національного університету будівництва і архітектури)

в номінації

“Будинок-вставка по вул. О. Кобилянській, 41”

за № 111122

27 вересня · 1 жовтня · 2016

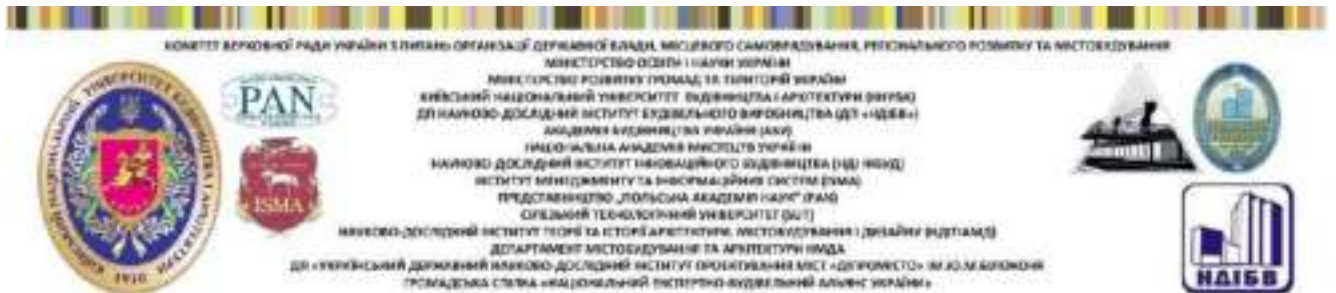
Чернівці



Ректор ЧНУ ім. Ю. Федьковича,
професор

Мельничук С.В.

56012, м. Чернівці, вул. М. Коцюбинського, 2
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича, поштовий корпус
(Резиденція митрополита Булавіни і Далмачів)
Тел.: +38 050 374 3233
e-mail: budatuk@ukr.net // nava.vafa12@gmail.com



МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ФОРУМ
 "Архітектура та Будівництво: нові тенденції і технології. Теорія та практика"

VI Міжнародна науково-технічна конференція "Ефективні технології в будівництві"

VII Міжнародна науково-технічна конференція "Архітектура історичного Києва, інформаційні технології"

VIII Міжнародна науково-технічна конференція "Нові технології в будівництві"

СЕРТИФІКАТ
підтвержує, що

CERTIFICATE
confirms that

Головатюк Аліна Костянтинівна

Alina Holovatiuk

брав(ла) участь у конференціях форуму
26-27 жовтня 2021 р. м.Київ, Україна

has participated in the conferences forum
October 26-27, 2021 Ukraine, Kyiv

Rectar of Kyiv National University of Construction and Architecture – the head of organizing committee
 Rectar of ISMA University – co-chair of organizing committee



Petro Kulikov
Deniss Dyakon



Certificate No. 021-120-063



MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
 KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF CONSTRUCTION AND ARCHITECTURE

СЕРТИФІКАТ

CERTIFICATE



підтверджує, що

confirms that

ГОЛОВАТЮК Аліна Костянтинівна
 брав(ла) участь у

Alina HOLOVATIUK
 has participated in the

VI Міжнародний науково-практичний конференції
 «АРХІТЕКТУРА ІСТОРИЧНОГО КИЄВА.
 ІСТОРІЯ – ТЕОРІЯ – ПРАКТИКА»

VI INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
 «ARCHITECTURE OF HISTORICAL KYIV.
 HISTORY – THEORY – PRACTICE»

20 листопада 2020 р.
 м.Київ, Україна

Ukraine, Kyiv
 November 20, 2020

The Chief of Scientific-research Department and International connections
 The Head of Conference Organizing Committee

prof. V.O. Ploskiy
 prof. V.V. Tovbych



West Pomeranian University of Technology in Szczecin



**QUALITY OF SCIENTIFIC RESEARCH
IN ARCHITECTURE AND URBAN PLANNING**

CERTIFICATE OF PARTICIPATION

*PhD student Alina HOLOVATIUK
Kyiv National University of Civil Engineering and Architecture*


**6th DECEMBER 2019
SZCZECIN**


CONFERENCE ORGANIZING COMMITTEE
Chairman
dr inż. arch. Elżbieta Czekał-Szwalska



PRZEWODNICZĄCY RADY DYSCYPLINY
ARCHITECTURA I URBANISTYKA
prof. dr hab. inż. arch. Zbigniew Patkowiński

**VIII INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE FROM THE SERIES
PHENOMENA OF BORDERLAND**

KONFERENCJA NAUKOWA ORGANIZOWANA JEST W RAMACH PROGRAMU REJESTRA NAUKI I WZROKTYWA WYŻSZEGO
"WSPARCIE DLA CZŁOPIECZYSTWOWYCH" (dotyczy 485/WO/2019/2)

 Zachodniopomorski
Uniwersytet Techniczny
w Szczecinie

 Wydział Architektury i Urbanistyki
Katedra Urbanistyki i Planowania Przestrzennego

 KATEDRA
URBANISTYKI
I PLANOWANIA
PRZESTRZENNEGO

 FORM

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ



II міжнародна науково-практична конференція

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В АРХІТЕКТУРІ І ДИЗАЙНІ

СЕРТИФІКАТ УЧАСНИКА

ГОЛОВАТЮК
Аліна Костянтинівна,
Київський національний університет будівництва і архітектури



Голова Держкомітету конференцій
д.т.н., професор



Д.Ф. Гонорозко

Харків, ХНУБА
12-13 квітня 2018 року

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF CONSTRUCTION AND ARCHITECTURE



CERTIFICATE
СЕРТИФІКАТ

підтверджує, що

Головатюк А.К.

приймав(ла) участь у



confirms that

A Holovatiuk

has participated in the

V МІЖНАРОДНІЙ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІЙ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АРХІТЕКТУРА ІСТОРИЧНОГО КИЄВА,
BIM та ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В АРХІТЕКТУРІ»

22 листопада 2018р.
м.Київ, Україна

The Chief of Scientific-research Department of International Relations
The Head of Conference Organizing Committee

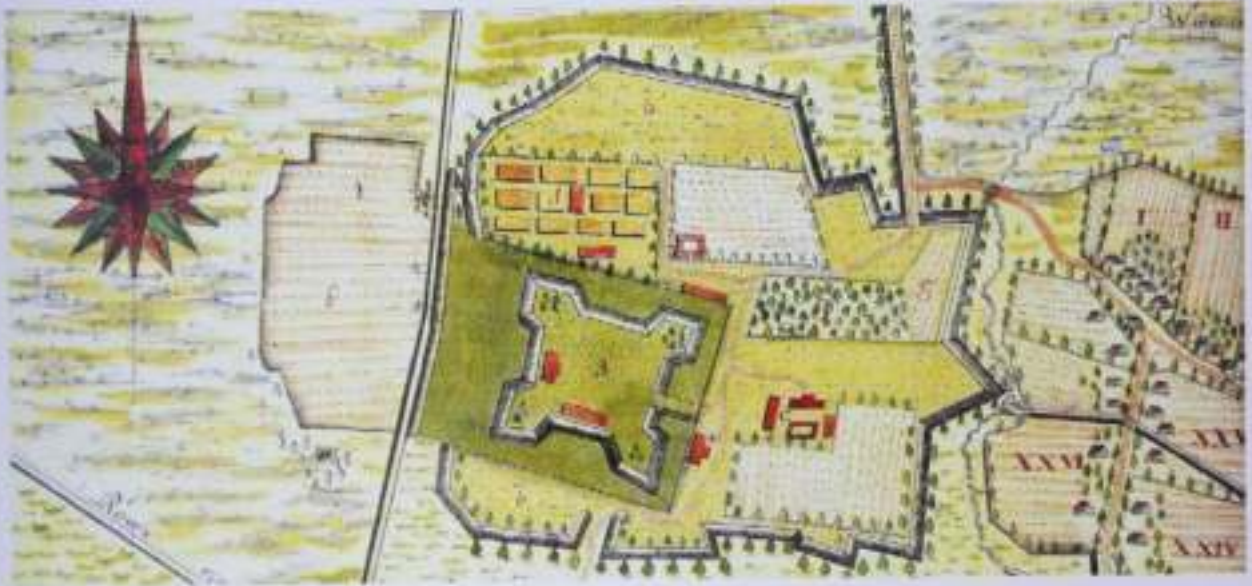



V INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
«ARCHITECTURE OF HISTORICAL KYIV,
BIM and INFORMATION TECHNOLOGIES IN ARCHITECTRE»

Ukraine, Kyiv
November 22, 2018

Prof. V.O. Plozkiy
Prof. V.V. Tsvyach

Кафедра Архітектури та реставрації інституту архітектури
 Національного університету "Львівська політехніка", Україна
 Товариство прихильників фортець і палаців
 Морегедський державний університет, США
 Державна Вища Технічна Школа у м. Холмі, Польщі



СЕРТИФІКАТ

Цей сертифікат підтверджує, що

Аліна Головатюк

приймала участь у

**X Міжнародній науковій конференції
 ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ, ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА РЕСТАВРАЦІЇ
 ІСТОРИЧНИХ ФОРТИФІКАЦІЙ**

**X International Conference
 CURRENT ISSUES IN RESEARCH, CONSERVATION AND RESTORATION OF
 HISTORICAL FORTIFICATIONS**

28-30 травня
 ЛЬВІВ-ХОЛІМ 2018
 May 28-30
 LVIV-CHELM 2018

Секретар наукової конференції



Мар'яна Капцінська
mkapcinska@gmail.com
 +380976714019

ДОДАТОК Г

Джерела ілюстрацій

Рис.1.1

1. Матеріали концепту скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві

Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2021 р.)

Рис.1.2

1. <https://arheologija.ru/tag/antichnyie-goroda/>

2. https://classic.totalarch.com/europe_17_19/italy/2

3. <https://kannelura.info/?p=7980>

Рис.1.3

1. <https://studfile.net/preview/8365099/page:16/>

2. <https://www.skyscrapercity.com/threads/urban-canada.1904592/page-11>

3. <https://moydom.media/other/kak-vyglyadit-sovremennaya-gorodskaya-ploshad-8-yarkih-primerov-641>

Рис.1.4

1. <https://realnoevremya.ru/articles/101850-lyubimaya-shumnaya-indiya---putevye-zametki>

2. <https://www.osteriaegiornale.it/vicchio-la-piazza-a-scacchi-arriva-in-spagna-e-in-giappone/>

3. <https://www.archdaily.pe/pe/947547/tulip-nil-your-place-at-the-table-adhoc-architectes>

4. <https://thecdm.ca/events/2021-02-12/vmf-winter-arts>

5. <https://www.thedrum.com/news/2021/09/23/ad-the-day-balenciaga-s-3d-fortnite-billboard-wows-london-new-york-tokyo-seoul>

Рис.1.5

1. Фото Головатюк А. К.

2. Фото Головатюк А. К.

3. <https://wikiway.com/daniya/orklus/photo/>

4. <https://www.archdaily.com.br/br/759539/cybertopia-o-futuro-digital-do-espaco-analogico-da-arquitetura>

Рис.1.6

1. <https://www.architonic.com/en/project/topotek-1-superkilen/20214046>
2. https://needguide.ru/view_tour.php?tour_id=26164
3. <https://archi.ru/projects/world/7656/letnii-pavilon-galerei-serpentain-2012>
4. Фото Головатюк А. К.
5. Фото Головатюк А. К.
6. <https://www.urbanspacearchive.com/downloads/cirkelbroen-copenhagen-dk-olafur-eliasson-5/>

Рис.1.7

1. Матеріали концепту скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві
Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2021 р.)

Рис.1.8

1. Матеріали концепту скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві
Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2021 р.)

Рис.2.2

1. <https://www.colors.life/post/490639/>
2. <https://account.travel/place/texas-eiffel-tower.html>
3. <https://www.afar.com/places/9-slash-11-memorial-and-museum-new-york>
4. <https://www.architonic.com/es/product/vestre-parklet-2-0/1544460>

Рис.2.3

- 1; 2. <https://www.constructioncayola.com/batiment/article/2017/05/17/112518/des-mains-geantes-soutiennent-batiment>
3. <https://www.visitmorganhill.org/parks>

4. [https:// fishki.net/2367896-samye-kreativnye-i-neobychnye-skamejki.html](https://fishki.net/2367896-samye-kreativnye-i-neobychnye-skamejki.html)

Рис.2.4

1. [https:// www.streetlife.nl/en/sustainable-street-furniture-public-spaces](https://www.streetlife.nl/en/sustainable-street-furniture-public-spaces)

2. [https:// www.bsfg.co.uk/street-furniture-can-be-smart-really-smart](https://www.bsfg.co.uk/street-furniture-can-be-smart-really-smart)

3. <https://www.dezeen.com/2020/05/12/caret-studio-social-distancing-stodistante-installation-vicchio/>

Рис.2.5

1. [https:// www.colcom.in/hostile-mitigation](https://www.colcom.in/hostile-mitigation)

2. <https://wisont.wordpress.com/2018/08/28/burasiri-wacharapol-landscape-design-by-sanitas-studio/>

3. https://www.architectmagazine.com/practice/safely-and-profitably-reopening-restaurants-a-social-distancing-guide-for-public-squares-vitra-campus-opens-and-more_o

4. [https:// tecirler.com/urban-furniture-to-shape-our-life/](https://tecirler.com/urban-furniture-to-shape-our-life/)

Рис.2.6

1. Фото Головатюк А. К.

2. [https:// meats.elisava.net/library/public-space/page/2/](https://meats.elisava.net/library/public-space/page/2/)

3. [https:// www.worldarchitecturemap.org/buildings/tokyu-plaza-omotesando-harajuku](https://www.worldarchitecturemap.org/buildings/tokyu-plaza-omotesando-harajuku)

4. <https://finance.yahoo.com/news/giant-3d-cat-draws-crowds-181447106.html>

Рис.2.7

1. <https://eoslightmedia.com/types/urban-spaces/>

2. <https://www.flickr.com/photos/gkriniaris/3296684475/in/photostream/>

3. [https:// isarblog.de/](https://isarblog.de/)

4. <https://somethingcurated.com/2016/04/26/londons-innovative-street-furniture-and-its-designers/>

Рис.2.8

1. https://www.economiadigital.es/tendenciashoy/viajeros/brno-clave-terrazas-seguridad-coronavirus_20062749_102.html
2. <https://bzh.life/ua/gorod/kino-na-vode-v-parizhe-otkryli-kinoteatr-dlya-zritelej-v-lodkah/>
3. <https://www.viaggi-usa.it/denver-cosa-vedere/>
4. <https://martin-argyroglou.com/le-voyage-a-nantes>

Рис.2.9

1. <https://dev.by/news/v-litve-postroili-tsifrovoy-portal-v-polshu>
2. <https://lapaas.com/street-marketing/>
3. <https://stacker.com/stories/4144/fastest-warming-states-1970>
4. https://www.levif.be/actualite/international/restauration-et-coronavirus-le-defi-de-la-convivialite/article-normal-1291061.html?cookie_check=1644654586

Рис.3.2

1. <https://www.flemings-mayfair.co.uk/neighbourhood-guide/11/the-national-gallery/76-34/>
2. <https://worldcams.tv/japan/tokyo/shibuya-crossing>
3. <https://www.getyourguide.ru/taims-skver-12615/>
4. <https://www.trip.com/travel-guide/attraction/kyiv/independence-square-18695264/>

Рис.3.3

1. <https://ilovemanchester.com/piccadilly-gardens-future-design-plans>
2. <https://artradarjournal.com/2021/11/17/why-do-some-people-put-graffiti-on-public-buildings/>
3. <https://www.businessinsider.com/photos-of-daily-life-worlds-most-crowded-cities-2018-10?r=US&IR=T#mumbai-is-the-second-largest-city-in-india-with-just-under-20-million-people-15>
4. https://www.propertydesign.pl/architektura/104/centrum_dialogu_przelomy_w_szczecinie_niezwykla_architektura_od_kwkw_promes,8852.html

Рис.3.4

1. Фото Головатюк А. К.
2. Фото Головатюк А. К.
3. Фото Головатюк А. К.
4. <https://trucoslondres.com/turismo/londres/green-park/>

Рис.3.5

1. Матеріали проектної пропозиції створення громадського публічного простору житлового району «Красный Двор» в Бресті. Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2017 р.)

Рис.4.1

1. Матеріали концепту реновації житлового кварталу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді. (Конкурсний проект). Виконала: Головатюк А. К. (2017 р.)

Рис.4.2

1; 2. Матеріали концепту реновації житлового кварталу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді. (Конкурсний проект). Виконала: Головатюк А. К. (2017 р.)

Рис.4.3

1; 2. Матеріали концепту скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2021 р.)

Рис.4.4

1. Матеріали проектної пропозиції створення громадського публічного простору житлового району «Красный Двор» в Бресті. Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2017 р.)

2. Матеріали концепту реновації житлового кварталу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді. (Конкурсний проект). Виконала: Головатюк А. К. (2017 р.)

Рис.4.5

1. Матеріали концепту скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві
Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2021 р.)

Рис.4.6

1. Матеріали концепту ревіталізації скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді.
(Конкурсний проект). Виконала: Головатюк А. К. (2017 р.)

2. Матеріали концепту нового публічного простору «Tottenham Pavilion» в районі
Херінгей в Лондоні. (Конкурсний проект). Виконала Головатюк А. К. (2020 р.)

Рис.4.7

1. Матеріали концепту скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві
Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2021 р.)

2. Матеріали концепту ревіталізації скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді.
(Конкурсний проект). Виконала Головатюк А. К. (2017 р.)

Рис.4.8

1. Матеріали концепту нового енергоефективного публічного простору «Return to the
Source: Uplifting» в Масдарі. (Конкурсний проект). Виконала Головатюк А. К. (2019 р.)

2. Матеріали концепту ревіталізації скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді.
(Конкурсний проект). Виконала Головатюк А. К. (2017 р.)

Рис.4.9

1. Матеріали концепту скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві
Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2021 р.)

Рис.4.10

1; 5. Матеріали концепту скверу ім. Василя Сліпака на Андріївському узвозі в Києві
Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2021 р.)

2; 3; 4. Фото Головатюк А. К.

Рис.4.11

1. Громадський простір по вулиці Братиславській в Києві. Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2019 р.)
- 2; 3; 4. Фото Головатюк А. К.
5. Матеріали проектної пропозиції створення громадського публічного простору житлового району «Красный Двор» в Бресті. Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2017 р.)

Рис.4.12

1. Матеріали концепту нового енергоефективного публічного простору «Return to the Source: Uplifting» в Масдарі. (Конкурсний проект). Виконала Головатюк А. К. (2019 р.)
2. Матеріали концепту нового публічного простору «Tottenham Pavilion» в районі Херінгей в Лондоні. (Конкурсний проект). Виконала Головатюк А. К. (2020 р.)

Рис.4.13

- 1; 5. Матеріали концепту ревіталізації скверу в районі Гран-Сан-Блас в Мадриді. (Конкурсний проект). Виконала Головатюк А. К. (2017 р.)
- 2; 3; 4. Фото Головатюк А. К.

Рис.4.14

- 1; 2. Матеріали концепту адаптації під інклюзивний громадський простір приміщень Мистецького Арсеналу в Києві. Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2018 р.)

Рис.4.15

- 1; 2. Матеріали концепту адаптації під інклюзивний громадський простір приміщень Мистецького Арсеналу в Києві. Виконали: Головатюк А. К., Лещенко Н. А. (2018 р.)