

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 підосновою 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.