

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

М. Ю. Блінова

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ АРХІТЕКТУРНО-ДИЗАЙНЕРСЬКОГО
ПРОЄКТУВАННЯ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для здобувачів першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти денної форми навчання
зі спеціальності G17 – Архітектура та містобудування)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2026

Блінова М. Ю. Методичні основи архітектурно-дизайнерського проєктування : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання зі спеціальності G17 – Архітектура та містобудування / М. Ю. Блінова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2026. – 151 с.

Автор

докт. арх., проф. М. Ю. Блінова

Рецензент

М. М. Данилов, доктор архітектури, завідувач кафедри урбаністики та містобудування (Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова)

Рекомендовано кафедрою інноваційних технологій в дизайні архітектурного середовища, протокол № 1 від 02.08.2025

© М. Ю. Блінова, 2026

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 ОСНОВНІ МЕТОДИ АРХІТЕКТУРНО-ДИЗАЙНЕРСЬКОГО ПРОЄКТУВАННЯ.....	7
Лекція 1 Розвиток професійного мислення в галузі архітектурно-містобудівного проєктування: від стародавніх часів до сучасності.....	7
Лекція 2 Розвиток проєктного мислення від часів античності.....	10
Лекція 3 Проєктне мислення у сфері архітектури часів Середньовіччя та епохи Відродження.....	25
Лекція 4 Типи мислення та нейропсихологічні основи архітектурно-дизайнерського проєктування.....	40
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 СТАНОВЛЕННЯ ПРОЄКТНОГО РІШЕННЯ В ДИЗАЙНІ	47
Лекція 5 Архітектура і міський простір як середовище формування соціальної взаємодії.....	47
Лекція 6 Нейроархітектура як методологічна основа архітектурно-дизайнерського проєктування	53
Лекція 7 Архітектурне середовище як простір соціокультурної ідентичності та комунікації.....	61
Лекція 8 Втілення антропологічної та цивілізаційної ідентичності в архітектурному середовищі.....	70
Лекція 9 Втілення культурно-історичної ідентичності в архітектурному середовищі	79
Лекція 10 Втілення ідеологічної та релігійної ідентичності в архітектурному середовищі.....	85

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ Й ЗАВЕРШЕННЯ ПРОЄКТНИХ ПРОПОЗИЦІЙ У ДИЗАЙНІ СЕРЕДОВИЩА.....	92
Лекція 11 Втілення національної та етнічної ідентичності в архітектурному середовищі.....	92
Лекція 12 Втілення територіальної та субкультурної ідентичності в архітектурному середовищі.....	99
Лекція 13 Засоби реалізації різних типів ідентичності в архітектурному середовищі міста.....	108
Лекція 14 Формування та еволюція концепції сталого розвитку.....	118
Лекція 15 Стратегії формування локальної унікальності в архітектурному середовищі на різних містобудівних рівнях: мегарівень.....	125
Лекція 16 Стратегії формування локальної унікальності в архітектурному середовищі на різних містобудівних рівнях: макро та мікрорівень.....	131
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	142

ВСТУП

Метою викладання навчальної дисципліни «Методичні основи архітектурно-дизайнерського проєктування» є опанування здобувачами базових знань із методичних основ проєктування архітектурно-дизайнерського середовища, зокрема здобувач знатиме етапи розвитку професійного мислення в галузі архітектурно-дизайнерського проєктування, соціо-культурні основи формування архітектурного середовища, вмітиме й буде здатен застосовувати методи архітектурно-дизайнерського проєктування в контексті сталого розвитку.

Дисципліна «Методичні основи архітектурно-дизайнерського проєктування» є вибірковою для професійної підготовки здобувачів-архітекторів за освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр» і вивчається протягом одного семестру.

Таблиця 1 – Змістова структура дисципліни

№ з/п	Зміст	К-сть год
1	2	3
	Змістовий модуль 1 Основні методи архітектурно дизайнерського проєктування	10
Лекція 1	Розвиток професійного мислення в галузі архітектурно-містобудівного проєктування: від стародавніх часів до сучасності	2
Лекція 2	Розвиток проєктного мислення від часів Античності	2
Лекція 3	Проєктне мислення в сфері архітектури часів середньовіччя та епохи Відродження	2
Лекція 4	Типи мислення та нейропсихологічні основи архітектурно-дизайнерського проєктування	2
	Змістовий модуль 2 Становлення проєктного вирішення в дизайні	12
Лекція 5	Архітектура і міський простір як середовище формування соціальної взаємодії	2
Лекція 6	Нейроархітектура як методологічна основа архітектурно-дизайнерського проєктування	2
Лекція 7	Архітектурне середовище як простір соціокультурної ідентичності та комунікації	2
Лекція 8	Втілення антропологічної та цивілізаційної ідентичності в архітектурному середовищі	2

Продовження таблиці 1

1	2	3
Лекція 9	Втілення культурно-історичної ідентичності в архітектурному середовищі	2
Лекція 10	Втілення ідеологічної та релігійної ідентичності в архітектурному середовищі	2
	Змістовий модуль 3 Удосконалення й завершення проєктних пропозицій у дизайні середовища	12
Лекція 11	Втілення національної та етнічної ідентичності в архітектурному середовищі	2
Лекція 12	Втілення територіальної та субкультурної ідентичності в архітектурному середовищі	2
Лекція 13	Засоби реалізації різних типів ідентичності в архітектурному середовищі міста	2
Лекція 14	Формування та еволюція концепції сталого розвитку	2
Лекція 15	Стратегії формування локальної унікальності в архітектурному середовищі на різних містобудівних рівнях: мегарівень	2
Лекція 16	Стратегії формування локальної унікальності в архітектурному середовищі на різних містобудівних рівнях: макро та мікрорівень	2

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

ОСНОВНІ МЕТОДИ АРХІТЕКТУРНО-ДИЗАЙНЕРСЬКОГО ПРОЄКТУВАННЯ

Лекція 1 Розвиток професійного мислення в галузі архітектурно-дизайнерського проєктування

План

1. Типи мислення як основа професійного світогляду архітектора.
2. Визначення та п'ять ключових ознак проєктної діяльності.
3. Архітектура та дизайн: порівняння та критерії розрізнення.
4. Приклад для аналітичної справи: Центр Гейдара Алієва в Баку.

Сучасна архітектурна освіта ґрунтується не лише на практичних навичках проєктування, а й на засвоєнні теоретичних засад архітектурної діяльності. Ознайомлення з науковими та методичними працями, теоріями архітектури й аналітичними дослідженнями є необхідним для формування професійної позиції та світогляду майбутнього архітектора. Архітектурне мислення має виходити за межі естетичної оцінки й спиратися на аналіз історичних, культурних і соціальних чинників.

Професійне мислення в архітектурі полягає у формуванні цілісної моделі архітектурної реальності, що містить систему понять, концепцій, асоціацій і проєктних рішень. Воно забезпечує здатність аргументовано оцінювати архітектурні об'єкти, пояснювати їхній зміст і культурний контекст, а також усвідомлювати власну позицію – як практика, дослідника чи користувача простору.

У лекції розглядаються два базові режими мислення – міфологічне та критичне. Міфологічне мислення пояснює події через символи, традиції, віру в знаки, долю чи «духів місця» і не потребує раціонального доведення. Воно проявляється і в сучасній культурі – у феншуй, астрології, езотеричних

уявленнях про простір та стереотипах замовників. Оскільки цей тип мислення є універсальною складовою людської свідомості, завдання архітектора-науковця полягає в його усвідомленні та рефлексії.

Критичне мислення, навпаки, ґрунтується на раціональному аналізі, перевірці фактів, встановленні причинно-наслідкових зв'язків і логічному обґрунтуванні рішень. Воно передбачає здатність ставити запитання, сумніватися в очевидному та відокремлювати закономірність від випадковості. Саме така установка стала підґрунтям наукових відкриттів Ісаака Ньютона, Альберта Ейнштейна та Галілео Галілея, а в архітектурі – інтелектуальних проривів Андреа Палладіо, Джейн Джекобс і Яна Гейла. Їхні «наївні» на перший погляд питання змінили методологію проєктування, урбаністичне мислення та уявлення про місто як соціальний простір.

Осмислення типів мислення приводить до ключового професійного питання: що таке архітектура. Архітектура може існувати як споруда, креслення, модель, візуалізація або ідея, а архітектурне проєктування є не лише технічним процесом, а системою мислення, спрямованою на створення нового простору. Матеріальні носії проєкту є лише формою втілення цієї інтелектуальної діяльності.

Архітектурне проєктування характеризується п'ятьма основними ознаками: спрямованістю в майбутнє, новизною та культурною експансією, рефлексивністю й належністю до професійної спільноти, використанням спеціальних засобів вираження та наявністю філософської моделі взаємодії людини і світу. Саме ці риси відрізняють архітектуру від суміжних видів творчості, зокрема дизайну.

Архітектура і дизайн мають спільні інструменти, проте різняться за походженням і метою. Архітектура є давньою культурною практикою, що формує середовище людського буття, тоді як дизайн виник у XX столітті як складова індустріального виробництва і ринку. Як зазначав Жан Борденант, дизайн насамперед обслуговує торговельні процеси, створюючи додану

вартість через образ і символіку. Дизайн перетворює річ на знак, формуючи систему соціальних кодів і симулякрів.

В архітектурі також наявний знаковий вимір, проте її мета полягає у створенні повноцінного життєвого середовища, інтегрованого в соціальний, культурний і просторовий контекст. Прикладом аналітичної межової ситуації є Центр Гейдара Алієва в Баку, де форма виконує потужну репрезентативну функцію. Остаточна оцінка такого об'єкта можлива лише з урахуванням його мети, символіки та зв'язку з міською тканиною.

Багатокритеріальний підхід до розрізнення архітектури й дизайну дозволяє уникнути догматизму та здійснювати професійний аналіз кожного об'єкта окремо. Критичне мислення є ключовим інструментом такого аналізу, особливо в разі звернення до історичних пам'яток, де важливо уникати помилки модернізації та розглядати архітектурні явища в межах їхнього історичного часу.

Рекомендовані джерела: [1–3].

Питання для самоперевірки

1. Охарактеризуйте відмінності між міфологічним і критичним типами мислення та поясніть, чому обидва є природними для людини.
2. Поясніть, чому архітектурне проектування вимагає осмислення часу як лінійного процесу «від теперішнього до майбутнього».
3. Наведіть п'ять ознак проєктної діяльності.
4. Проаналізуйте відмінності між архітектурою та дизайном за критеріями історичного часу, мети, функції та символічного змісту.
5. Наведіть приклади предметів чи споруд, де функція переважає форму, та об'єктів, де форма перетворюється на знак або симулякр.
6. Оцініть об'єкт (наприклад, Центр Гейдара Алієва) з точки зору критеріїв архітектури та дизайну: які ознаки дозволяють тлумачити його як архітектуру, а які – як дизайн?

Лекція 2 Розвиток проєктного мислення від часів античності

План

1. Модель світу в античності.
2. Модель часу в античності.
3. Модель культури в античності.
4. Наявність проєктних матеріалів і методів в античності.
5. Поняття про професію архітектора в античності.

Професійне мислення розвивається через постановку неочевидних питань. Зокрема, розглянемо, чи можна вважати такі архітектурні пам'ятки, як Афінський Акрополь, Софію Константинопольську чи Собор Паризької Богоматері, продуктами архітектурного проєктування через п'ять характерних особливостей проєктної діяльності, що було визначено вище.

Тут насамперед треба звернути увагу на найпоширенішу помилку, що трапляється в таких роздумах – помилку модернізації. Вона полягає в тому, що ми мимоволі вкладаємо у свідомість людей, які жили тисячі років тому, наші сучасні способи мислення та уявлення про архітектуру, творчість і професію. Тож, коли ми ставимо питання про те, чи було у античності проєктне мислення, ми повинні уникати цієї помилки й аналізувати явища в межах їхнього історичного часу.

Щоб з'ясувати, чи відповідав, наприклад, Афінський Акрополь критеріям архітектурного проєктування, ми застосовуємо ті самі п'ять питань, які визначають особливості проєктної діяльності:

1. Якою була загальна модель світу та людини, через яку антична культура осмислювала діяльність, зокрема архітектурну?
2. Чи існувала в античності концепція часу у тому вигляді, як ми розуміємо її сьогодні – лінійна, нескінченна, спрямована від минулого до майбутнього?
3. Як уявляли культуру та новизну? Чи існувало розуміння «нового», і яким воно було?

4. Чи мав античний архітектор набір проєктних матеріалів і методів, подібний до сучасного – креслення, моделі, проєктну документацію? Як був організований сам архітектурний процес?

5. Чи існувала професійна архітектурна спільнота, школа, уявлення про архітектора як професіонала? Як майстер визначав власну роль у суспільстві, і яке місце займало поняття творчості?

Перед тим як переходити до відповідей, варто з'ясувати, чому різні дисципліни – філософія, мистецтвознавство, історія, культурологія, навіть релігієзнавство – так настійливо звертаються саме до античності. І відповідь проста: саме давньогрецька цивілізація заклала підвалини всієї західної культури. Ми, за великим рахунком, досі живемо в її уявленнях про людину, світ і гармонію. Майже три тисячі років культура Європи, а відтак і Північної Америки, продовжує транслювати як фундаментальні ідеї, так і в багато чому наслідує спосіб соціального життя, що виникли саме у Середземномор'ї в добу Античності.

Модель світу в античності

Передусім це антропоцентрична модель, коли в центрі пізнання, творчості та зображення стоїть людина. Людина розглядається як частина світобудови і водночас як її відображення. Звідси і грецький принцип подібності мікрокосму і макрокосму – «що назовні, те й усередині». Цей принцип пронизує філософію, літературу, мистецтво, архітектуру і релігійне мислення античності.

Концепція часу в античності

На попередній лекції ми вже згадували, що лінійна, нескінченна модель часу, де минуле, теперішнє і майбутнє розгортаються на прямій, була винайдена лише в епоху Відродження. У античності ж існували зовсім інші уявлення про час – і це безпосередньо впливало на спосіб будівництва, мислення про архітектуру та організацію архітектурної діяльності.

У давньогрецькій культурі та філософії ключовим поняттям є космос. У перекладі з давньогрецької «космос» означає порядок або гармонію. Світ

розумівся як впорядковане, гармонійне, пластичне ціле – як реальність, яка існує сама по собі, не має початку і кінця, і в якій людське буття є лише частиною загального порядку. Світ сприймався як тілесно надана реальність. Це означає, що світ існує так само очевидно й безпосередньо, як яблуко, покладене на долоню: він «даний», завершений, у ньому вже є все необхідне, і ні додати, ні відняти з нього нічого не можна. Таке сприйняття не передбачає уявлення про розвиток чи еволюцію – лише про циклічне повторення усталених станів.

Час у античності це не лінія і не рух до майбутнього, а повторювана послідовність народження, розвитку, занепаду й відродження. Усі процеси підпорядковувалися ідеї вічного повернення, тому тут не могло бути нічого «нового» в сучасному сенсі. Усе, що існує, вже багато разів відбувалося, і кожна точка циклу повторюється безліч разів у минулому й майбутньому. Звідси походить і міметичний характер мистецтва: мистецтво мало уподібнюватися космосу, наслідувати досконалі пропорції та форми, що вже існують у світі.

Не випадково мистецтвами вважалися музика, поезія, математика і скульптура – саме ті види діяльності, в яких можливо досягти гармонії та вподібнення космічному порядку. Архітектура до мистецтв не належала.

Символом античного уявлення про час був образ уробороса – змія, який кусає власний хвіст. Нескінченне кільце без початку й кінця, де кожна точка вже існувала і знову існуватиме. Вийти за межі цього кола було принципово неможливо.

Концепція новизни в епоху античності

Переходимо до наступного елементу античного світогляду – моделі культури. Відомо, що греки називали себе еллінами. Але якщо поглянути уважніше, то належність до еллінів визнавали надзвичайно різні спільноти: фессалійці, етолійці, афіняни, беотійці, аркадці, іонійці тощо. Спарта та Афіни відрізнялися практично у всьому – політичним устроєм, мовою, вихованням,

способом життя. Проте існувало те, що їх об'єднувало і формувало єдину ідентичність.

Першим об'єднавчим елементом були Олімпійські ігри. Це було найбільше свято еллінського світу, яке відбувалося раз на чотири роки. Саме чотирирічний цикл Олімпіад був практичним утіленням античного розуміння часу як кола. Війни на час ігор припинялися. Участь у змаганнях була дозволена тільки еллінам – варварам дозволялося лише спостерігати.

Як визначали, хто еллін? Через освіту. Участь могли брати лише поліси, тобто міста, що мали гімнасій – навчальний заклад, де викладали граматику, математику, музику, поезію, історію та проводили фізичну підготовку. До Олімпії допускалися ефеби четвертого року навчання та попередні переможці. Тож елліном вважався той, хто належав до культурного простору, де існував гімнасій як спільний стандарт освіти.

Крім Олімпійських ігор, існував і другий важливий чотирирічний цикл – Піфійські ігри в Дельфах, присвячені Аполлону. Тут змагалися у мистецтвах – музиці, театральному мистецтві, навіть у філософії. Проводилися також виставки, ярмарки ремесел, конкурси, змагання квадриг – тобто повний комплекс культурних практик, який ми можемо впізнати й у сучасному світі. І знову ж таки, брати участь могли лише елліни.

Якщо врахувати концепцію часу як циклу, виникає цікаве питання: що було важливішим – перемога у війні чи перемога на Олімпіаді? Адже саме заради Олімпіади припиняли війни. І відповідь проста: важливішою була Олімпіада. Бо війна давала лише або смерть, або повернення додому. А перемога на Олімпіаді давала безсмертя – у буквальному розумінні.

Переможцеві встановлювали статую. У пам'яті античності скульптури мали два типи: зображення богів і зображення героїв-атлетів, які дорівнювалися до них. Скульптура була головним мистецтвом саме тому, що античність мислила тілесно, а форма – продукт тілесного сприйняття світу. Давні греки

винайшли форму як культурну категорію, на відміну від інших цивілізацій, де форма не мала такого значення.

Статуя забезпечувала продовження існування переможця у вічності. Відомо, що статуї виконували члени художнього союзу – спільноти, куди брали найталановитіших і найосвіченіших еллінів. За правилами вони не могли мати сім'ю, власність чи житло – їхньою метою було служіння вічності.

Переможцю виготовляли п'ять статуй, бо в художньому союзі було п'ять скульпторів. Вибір найкращої статуї здійснювала сама п'ятірка: кожен майстер на глиняній табличці впорядковував п'ять імен – ставив себе першим, а далі — за власним професійним судженням. Підрахунок голосів визначав одну статую, яка й переходила у вічність, інші знищували.

Одним із ключових культурних інститутів були піри або симпосії. Ви вже зустрічали це поняття у курсі філософії: один із діалогів Платона так і називається – «Бенкет» («Symposion»). Саме від цього терміна походить сучасне слово «симпозіум» у значенні тематичного зібрання.

Для еллінського громадянина участь у пирах була не примхою і не розвагою, а обов'язком. Усі повноправні громадяни поліса – освічені в гімнасії, залучені до управління містом і треновані як воїни – повинні були регулярно організовувати бенкети на 5–7 осіб (у Спарті – на 15, відповідно до чисельності бойової фаланги).

Бенкет був не застіллям у сучасному сенсі, а ритуалом, що уособлював діалог про головне. Саме тому Платон обирає цей формат для діалогу про земну й небесну любов.

На симпосіях існували суворі правила, не дозволялося говорити:

- про політику;
- гроші;
- сімейні справи;
- особисті плітки;
- релігію.

Залишалося лише мистецтво та філософія. І тут особливу роль виконувала кераміка, у кожній формі якої, як відомо, була своя функція. Серед них була й така спеціальна чаша, як кілік. Її форма – широка чаша з двома ручками – була зумовлена тим, що її тримали двома руками. Але головне в цій чаші – зображення на ній.

Кіліки розписували сценами, які могли бути взяті з побуту, спортивних змагань, збирання винограду, танців, або ж з героїчних міфів. Саме з цього і починався бенкет: людина, яка брала чашу першою, дивилася на зображення, пригадувала пов'язану з ним історію або міф і формулювала своє судження — чому так сталося, що це означає, які висновки можна зробити. Потім чаша переходила до наступного учасника, який мав обов'язково додати щось якісно нове: нову думку, нову інтерпретацію, приклад, поезію чи імпровізацію. Повторюватися не дозволялося.

Таким чином, усе суспільство систематично тренувало мислення: пам'ять, мову, вміння формулювати судження, здатність до імпровізації, до логічної побудови думок і до створення смислів.

Тепер вже не дивно, що античність породила таку кількість філософів. У жодну іншу історичну епоху за такий короткий проміжок часу не з'явилося так багато мислителів. Ми бачимо, що це була не випадковість, а результат постійної інтелектуальної практики, яка була обов'язком громадянина.

Наступний важливий компонент античної культури – уявлення про людське існування, так званий шлях героя. Це тема, яка була наявна і в героїчних епосах, і в Олімпійських іграх, і у філософських текстах.

Суть шляху героя полягала у подоланні хаосу в собі: «вбити Мінотавра», перемогти хтонічні інстинкти, стати космосом, тобто гармонійною формою. Не випадково в античності портрет не мав значення. Індивідуальні риси не були важливі – важливою була досконалість форми. Це фундамент всієї західної культури: формування особистості через подолання хаосу й набуття форми.

Герой – це той, хто, знаючи свою долю, йде всупереч передбаченому. Як приклад – Ахілл. Він знав, що загине від стріли в п'яту, але все одно обирає шлях героя: виконати свою місію як воїн і досягти досконалості форми духу й тіла. Саме тому він і є героєм у повному античному значенні цього слова.

У сучасній культурі модель «героя» збереглася: герой – це той, хто, маючи ризики, страхи, сумніви, все одно робить крок уперед і долає власну хтонічність. Умовно кажучи, це про те, щоб «перемогти тваринне» у собі й поводитися культурно: не смітити, прибирати за собою, мити руки, не кидатися з кулаками, а вирішувати конфлікти цивілізовано.

Тобто сучасна західна культура все ще розгортається навколо цієї схеми: космос перемагає хаос, культура перемагає інстинкти. Усі міфи про боротьбу богів і титанів – це лише інші прояви цієї моделі.

Античне мислення спиралося на принципи:

- тілесності (образ і форма «вкорінені» в природі та людині);
- мімесису (наслідування природи і космічного порядку);
- техне (уміння, майстерність, ремесло).

Тож «створення» для них означало не вигадати нову ідею, а правильно відтворити ідеальну форму, яка вже існує в космічному порядку. Тобто дія майстра – не «народження нового», а проявлення в матеріалі вічного зразка, який він сприймає, відчуває або «відчитує» з природи.

У цьому сенсі в греків «нового» справді не існує, є лише ступені майстерності у втіленні того, що вже є в світі.

Наявність архітектурних проєктних матеріалів і методів в античності

Переходимо до пункту, пов'язаного з професією. Це особливо важливо для розуміння, чим насправді займався архітектор в античності та чому ми не можемо механічно переносити на той час сучасні уявлення про проєктування.

Тут важливо зазначити – жодного архітектурного креслення античного періоду до нас не дійшло. Немає планів, фасадів, розрізів, перспектив у тому

вигляді, як ми їх розуміємо сьогодні. Немає навіть згадки про це в літературних джерелах того часу, навіть термінів таких в мові не існувало. Виникає природне запитання: як тоді будували храми і складні споруди без креслень?

Відповідь полягає в тому, що процес будівництва був частиною ритуалу. Будівництво розгорталося безпосередньо на місці: виходили на ділянку, здійснювали відповідні ритуальні дії, виконували розмітку, а далі на місці ж, по суті, «складали» храм із блоків матеріалу – як своєрідне мармурове «лего».

Слово «σχεῖσις», від якого пізніше походить термін «схема», мало значення «взаємного розташування та пропорційного зв'язку частин». Ми знаємо про існування моделей, шаблонів, зразків, замальовок форми. Але це не наближається до сучасного креслення проєкцій.

Отже, античне «креслення» можна описати як комбінацію:

- модульної системи пропорцій;
- повнорозмірних шаблонів;
- глиняних і воскових моделей (іноді повнорозмірних, іноді в масштабі 1 : 10 або 1 : 20);
- геометричних схем і розмітки безпосередньо на ґрунті;
- усної традиції, у якій модульні сітки та «рецепти» колон і деталей передавалися з покоління в покоління;
- досвіду каменотесів;
- постійного контролю архітектора на будівельному майданчику.

У такий спосіб антична архітектура функціонувала не як система проєктної документації, а як тонко налагоджене ремісниче виробництво, засноване на усталених зразках і практиці.

Поняття про професію архітектора в античності

Архітектор у цьому контексті був передусім головним будівельником («архітектон» у буквальному значенні – «старший тесля», «головний майстер»). За Сократом, «кожен архітектор сам не працює, а лише стоїть на чолі

працюючих. Він привносить знання, а не ручну працю». Під знанням тут маються на увазі:

- практичні знання про будівельні технології;
- розуміння властивостей матеріалів;
- організація процесу будівництва;
- володіння геометрією для виконання вимірювань та розрахунків;
- вміння користуватися спеціальними інструментами;
- здатність прорахувати повтори елементів та їхнє поєднання.

Це дуже близько до того, що сьогодні робить прораб. Ми й дотепер бачимо приклади, коли будинки зводяться фактично без участі архітектора, лише на основі досвіду й будівельних «рецептів».

Архітектор античності не мислив схемами і проєкціями. Для нього не існувало креслення як абстракції. Він мислив безпосередньо матеріалом. Як пише Квінтіліан (І ст. н. е.): «під час зведення будівель недостатньо заготувати камінь, ліс тощо; потрібна ще майстерна рука для розташування та розміщення матеріалу». Тобто завдання архітектора полягало в розміщенні вже відомих форм і елементів у просторі, а не в абстрактному кресленні.

Для нас складно уявити, що храм одразу задумувався в матеріалі. Уявлення про вісь, масштабні сітки, систему креслень як проміжну ланку між задумом і реалізацією в античності не існувало. Храм жив у голові майстра як тілесний, матеріальний образ, який треба було зібрати з готових елементів.

Маємо при цьому як літературні свідчення, так і самі будівлі, але повний брак згадок про креслення чи спеціальну термінологію, пов'язану з ними. У листуванні того часу ми зустрічаємо скарги на те, що, скажімо, «колони замовили, а їх зробили надто тонкими, некрасивими», тобто обговорюється форма, пропорція, матеріал. Але немає жодних згадок про плани, фасади або креслення як обов'язковий етап процесу.

Далі повернемося до ключової для античності ідеї макрокосму і мікрокосму. Модель тілесного космосу, де людське тіло й будівля мисляться за принципом подібності до всесвіту, була концептуалізована саме греками. Тут

важливу роль відіграє геометрія як спосіб обчислення пропорцій. Вони могли сказати: для гармонії висота колони має дорівнювати, наприклад, восьми її діаметрам. Це вже прораховується. Але відокремити це у вигляді абстрактного креслення – ще ні, бо колона одразу мислиться конкретною, кам'яною, в матеріалі.

Ця модель пропорції – як відношення між людиною та світом, між внутрішнім і зовнішнім – тягнеться крізь усю історію західної культури. Найвідомішим її візуальним втіленням є «вітрувіанська людина» Леонардо да Вінчі, де людське тіло вписане в коло й квадрат. Леонардо, як і Вітрувій до нього, працює за тим самим принципом: пропорція як вираз відповідності між тілом і космосом, між будівлею і людиною.

У цьому контексті стає зрозумілим, що таке ордер. Окрім того, що це конструктивна стовбно-балкова система, ордер можна розглядати як своєрідну «матрьошку» подібностей: те, що всередині, подібне до більшого, а найбільше – до космосу. Храм виступає моделлю, у якій між храмом і космосом можна поставити знак «дорівнює». Це не схема космосу – це і є космос, втілений у камені. Такий тип мислення позначався терміном «екфрасіс»: тіло храму сприймалося як тіло світу.

Аналогічно в інших мистецтвах. Музика вважалася міметичним мистецтвом тому, що ритми і тривалості звуків відповідали уявленням про співвідношення космічних сфер. Звуки музики сприймалися як тотожні рухам зірок і планет. У голові античної людини між «космосом» і «музикою» стояв знак рівності, а не метафорична аналогія.

У такій моделі не існувало поняття творчої особистості в сучасному розумінні. Музикант, який виконував музику, не вважався автором у нашому сенсі. Він не «створював нове», а максимально точно відтворював те, що вже є в космосі. Оцінювалася не оригінальність, а майстерність виконання — достовірність, точність уподібнення.

Те саме стосувалося скульптури й поезії. Скульптор мав якнайточніше передати досконалість тіла переможця або героя; поет – структуру міфу; математик – пропорції й відношення, що вже закладені в космосі. Саме тому математика також належала до мистецтв: вона «достовірно передає те, що є в космосі», і між рівнянням та космічним порядком можна поставити той самий знак «дорівнює».

Якщо ми говоримо, що в античності не існувало поняття авторства в сучасному розумінні, то це пов'язано з тим, що людина не мислилася як носій творчого потенціалу, який продукує «щось нове». Поняття особистості в сучасному психологічному та соціальному значенні сформувалося лише у XX столітті. Тому важливо розрізняти три рівні: індивід, індивідуальність, особистість.

Індивід – це одиничний представник людського роду, один із *homo sapiens*, безвідносно до його якостей і соціальних ролей. Індивідуальність – це сукупність фізіологічних і психологічних особливостей індивіда, які відрізняють його від інших людей (наприклад, блакитноокий, схильний до меланхолії тощо). Особистість – це вже сукупність соціально значущих якостей індивіда, спосіб, у який ці риси проявляються в суспільстві й позиціонують людину щодо інших, змушуючи оточення враховувати її індивідуальні риси характеру й поведінки.

У сучасній культурі людина належить одночасно до багатьох соціальних груп: родина, друзі, професія, колектив, нація, етнос, релігія, культурне середовище. Досвід взаємодії з цими групами формує особистість як складний конструкт, що збирається з різних ідентичностей та ролей. У античності цього рівня ще не було. Ідентичність будувалася інакше.

Показовим прикладом тогочасного «авторства» є статуя Зевса Олімпійського роботи Фідія. Вона мала підпис: «афінянин Фідій, син Харміда, створив мене». Під «створив» у цьому контексті розуміється «майстерно виготовив». Найважливішим у цій формулі є не ім'я, а саме «афінянин». Людина цінувалася передусім як громадянин поліса. Головною відповіддю на

питання «хто я?» було не ім'я, а належність: «я – афінянин», «я – спартанець» тощо. Лише потім ішло особисте ім'я та належність до роду.

Таким чином, головним способом самоідентифікації була роль громадянина поліса. Уся цінність людини визначалася тим, яку користь вона може принести полісу. Найсуворішим покаранням вважалося не стільки позбавлення життя, скільки вигнання. Вигнання позбавляло не просто місця проживання, а самої основи ідентичності: якщо ти більше не афінянин, то ти «ніхто». Це стосується не лише Афін, а й інших полісів.

Спарта відома більш жорсткими практиками, але підхід був подібним в усіх еллінських полісах. Дитину одразу після народження «калібрували»: оглядали, оцінювали її фізичну якість. Питання стояло утилітарно: чи буде з цієї дитини функціональний, корисний громадянин, чи вона стане тягарем і лише споживатиме ресурси. Ідеї «цінності особистості як такої» тут ще немає. Цінністю була тільки користь для поліса.

На цьому тлі стає зрозуміло, наскільки небезпечною може бути помилка модернізації, коли сучасні дослідники переносять власні уявлення на давні епохи. Ця помилка властива не лише студентам, а й визнаним науковцям.

Цікавим прикладом є тлумачення відновлення Афін після греко-перських воєн (близько 450 року до н. е.) різними авторами. Глазичев у книзі «Еволюція творчості в архітектурі» пише, що колосальні засоби, використані Періклом після перенесення скарбниці Морського Союзу з Делоса в Афіни, були спрямовані «аж ніяк не на реконструкцію, якої гостро потребувало місто, а на реконструкцію його суто символічної іпостасі – Акрополя», і характеризує атмосферу як «клімат збудженого нарцисизму». Подібним чином Мамфорд, видатний історик архітектури, пише, що до V сторіччя до н. е. «новий бог – поліс як такий – захоплює Акрополь», а людей, які будували храми, описує як охоплених «екстатичним почуттям колективного самопоклоніння».

У цих оцінках ми бачимо саме помилку модернізації. Автори намагаються пояснити мотивацію людей V століття до н. е. категоріями XX століття: нарцисизм, самопоклоніння, надмірна самозакоханість міста. Вони

щиро дивуються, чому після війни громадяни відновлюють не власне житло, а насамперед Акрополь.

Але якщо врахувати тогочасне поняття ідентичності, відповідь стає очевидною. Без Акрополя Афіни не існують як поліс. Є Акрополь – є Афіни, є спільнота громадян, є «афінянин» як ідентичність. Немає Акрополя – є просто поселення, купа будинків, але немає поліса як смислового цілого. Відновлюючи Акрополь, люди відновлювали не лише сакральний центр, а передусім самих себе як афінян. Для них це була не демонстрація гордині, а відтворення власної основи буття.

Громадянство було головним «стовпом» самоідентифікації. Людина визначалася як громадянин, або як раб, або як варвар. Імена могли мати всі – і варвар, і раб. Але тільки громадянин міг сказати про себе: «я – афінянин Фідій». Якщо ж залишається просто «Фідій», без поліса, це вже інша, набагато нижча позиція.

У цьому прикладі добре видно, як навіть дуже авторитетні дослідники можуть припуститися помилки модернізації, коли описують дії давніх людей через психологічні категорії власної епохи. І Глазичев, і Мамфорд зробили величезний внесок у розуміння архітектури та міського середовища, але в цих інтерпретаціях минулого вони демонструють те саме нерозуміння, з яким ми намагаємося боротися в нашому курсі: автоматичне перенесення власних уявлень на зовсім інший спосіб мислення.

Тож повертаємося до головного питання цієї частини: чи можна вважати Афінянський Акрополь результатом архітектурного проєктування у тому розумінні, в якому ми визначили архітектурне проєктування минулого разу через п'ять специфічних ознак?

Перше – уявлення про час. У античності не існувало нашої моделі часу з лінійністю, напрямком у майбутнє й можливістю «спроєктувати щось наперед». Античний час був циклічним, повторюваним, замкненим. У такій моделі «точки майбутнього», в яку можна спрямувати задум, просто немає. Отже, перший пункт – не спрацьовує.

Друге – поняття культури і новизни. У тілесно-даному світі, де космос мислився як уже реалізована форма, яку можна лише впізнати, відтворити чи вподібнити, якісно нового виникнути не могло. Новизна не мислилася як культурна цінність, бо все «вже є». Немає ідеї розширення культури через нові форми, бо нове означало б «додати щось у космос», а цього не може бути. Другого пункту також немає.

Третє – наявність усталених проєктних матеріалів та методів. Ми вже бачили: креслень не було ні фактично, ні навіть на рівні термінології. Таких понять, як план, розріз, фасад, не існувало. Не було й уявлення про креслення як абстракцію. Третій пункт – мінус.

Четверте – професійна спільнота архітекторів. Архітектор у тодішньому розумінні – це прораб, головний будівельник, але ніяк не «творець архітектури». Це не автор, не художник і навіть не соціально престижна професія. Відоме висловлювання, приписуване Сократові (його всі знають із курсу історії мистецтв): «якщо твій син ні на що не здатний і недостатньо розумний – нехай буде архітектором». В античному контексті це абсолютно прямолінійне судження: професія вважалася нижчою серед тих, які дозволені громадянину. Четвертого пункту також немає.

П'яте – модель людини та світу, антропоцентризм. Цей пункт частково збігається з нашою сучасною моделлю: античність справді мислила від людини, від її тілесності, від пропорції як відношення між тілом і космосом. Але на цьому схожість закінчується. Ми пішли далі – до поняття особистості, індивідуальності, авторства, внутрішнього світу. У античності цього не було. Тож цей пункт можна оцінити як умовно «половинку» – схожість є, але дуже поверхова й не принципова для проєктної діяльності.

Отже, складаючи всі п'ять пунктів, ми бачимо: із п'яти критеріїв архітектурного проєктування античність має лише приблизно 0,5 у вигляді загального антропоцентризму. Тому, підсумовуючи, можемо сказати: Афіньський Акрополь не є результатом архітектурного проєктування у

сучасному професійному сенсі цього слова. Він є результатом ритуально-ремісничого будівельного виробництва, заснованого на уявленнях про космос, пропорцію та сакральну присутність, але не на проєктній діяльності як втіленні нового задуму в майбутнє.

Рекомендовані джерела: [4–7].

Питання для самоперевірки

1. Охарактеризуйте античну модель часу. Чому вона не дозволяла існування проєктного мислення в сучасному сенсі?
2. Поясніть, чому в античності не існувало поняття «новизни» як культурної цінності.
3. Проаналізуйте, чим античне, тілесно дане уявлення про космос відрізняється від сучасного уявлення про світ і розвиток культури.
4. Порівняйте сучасне креслення з античними способами фіксації форми (моделі, шаблони, геометричні розмітки тощо).
5. Охарактеризуйте професійну роль архітектора в античному світі. Чим вона відрізнялася від сучасного розуміння архітектора?

Лекція 3 Проєктне мислення у сфері архітектури часів Середньовіччя та епохи Відродження

План

1. Професійне мислення в епоху Середньовіччя.
2. Професійне мислення в епоху Відродження.

Розглядати еволюцію професійного мислення доби Середньовіччя та епохи Відродження ми також будемо через призму ключових характеристик які визначають особливості проєктної діяльності і застосуємо ті самі п'ять питань з минулої лекції.

Модель світу та людини в часи епохи Середньовіччя

На відміну від античності, де світ мислився як тілесно дана, завершена та самодостатня гармонія, культура епохи Середньовіччя спиралася на зовсім іншу модель світу – теоцентричну. У центр світобудови був поставлений не космос і не людина, а Бог. Уся природа, людська історія, мистецтво й архітектура розумілися як прояв божественного задуму, що розгортається за правилами сакрального порядку. У цьому світі людина не розглядалась як творець, а як істота, покликана пізнати свою залежність від Бога і зайняти належне місце у всесвітній ієрархії.

Середньовічний світ уявлявся ієрархічним, вибудованим за принципом «драбини буття». На її вершині – Бог, нижче – ангельські чини, далі – сфера небесних тіл, потім людина, ще нижче – тварини, рослини, мінерали. Цю модель докладно описували такі богослови, як Псевдо-Діонісій Ареопагіт (трактат «Про небесну ієрархію», V ст.), Фома Аквінський («Summa Theologiae», XIII ст.). Людське життя та діяльність отримували сенс лише в співвідношенні з цим вертикальним порядком. Тобто, щоб зрозуміти людину, треба було зрозуміти її місце в божественному задумі, а не її внутрішні якості, таланти чи потенціал.

У межах цієї моделі людина сприймалася не як творець, а як інструмент виконання Божої волі. Творчість – у сучасному сенсі – була неможливою: немає ідеї особистого внеску, новизни, індивідуального стилю. Майстер виступав лише «переписувачем» божественного зразка, а найвищою похвалою було слово «смирений слуга». Звідси повний брак авторства в архітектурі раннього та високого Середньовіччя: ми не знаємо імен будівничих перших романських соборів, бо їхню працю вважали служінням, а не індивідуальним проектом.

Для середньовічної людини світ був знаковим, символічним. Усе навколо – від геометрії храму до кольору вітража – мало прихований богословський сенс. Наприклад, у готичних соборах Парижа, Шартра чи Ам'єна пропорції, числа та схеми відсилали до біблійних структур: 3 – число Трійці, 4 – число Євангелій, 12 – апостоли, 7 – дари Святого Духа. Людина повинна була «читати» світ як книгу, написану Богом. Цю ідею окреслює Августин Блаженний у трактаті «*De doctrina christiana*» (IV ст.).

У такому світобаченні не існувало потреби у проектуванні майбутнього. Час осмислювався не лінійно, а есхатологічно – спрямовано до Страшного суду. Минуле, теперішнє та майбутнє дивилися в напрямку однієї точки – Другого Пришестя. Отже, людська діяльність була не про «створення нового», а про приготування до спасіння. Уся культура (і архітектура зокрема) мала сприяти цьому духовному руху.

Таким чином, в епоху Середньовіччя людська діяльність сприймалася через три ключові принципи:

- теоцентризм: Бог у центрі всіх смислів;
- ієрархічність: кожен має своє місце у всесвітній структурі;
- символізм: реальність як система знаків, що ведуть до вищої істини.

Як у середньовіччі змінилося розуміння форми та краси?

У середньовіччі відбувається радикальний розворот у тому, що античність називала формою та красою. Якщо для греків форма була тілесним

образом світу, продуктом чуттєвого сприйняття, а краса – гармонійністю пропорцій у межах космосу, то середньовічна культура переносить ці поняття в іншу площину – небесну, духовну. Тобто краса перестає бути тим, що ми бачимо, і стає тим, що вказує на Бога.

Форма як знак, а не тілесність. Якщо антична форма була «дана» реальністю: статуя героя повинна була достовірно відтворювати тіло, а колонна – бути рівною й пропорційною за тілесним зразком, то середньовічна форма не має на меті нагадувати тіло або природу. Її завдання інше – вказати на невидиме.

Наприклад, видовжені фігури на порталах Шартрського собору або Собору в Ам'єні – тіло нереалістичне, «витягнуте до неба», бо форма повинна нагадувати духовний стан, а не фізичну анатомію; вікна-готи – стрілчасті арки піднімаються вгору, підкреслюючи напрямок людської душі до Бога.

Концепція часу доби Середньовіччя

У середньовіччі поняття часу різко відрізнялося і від античного циклічного космосу, і від нашої сучасної лінійної моделі. Якщо античність жила в уявленні про вічне повторення, а епоха Відродження винайде лінійний прогрес, то середньовічна культура мислила час у категоріях священної історії, яка належить не людині, а Богові. Це шлях: «Створення світу» → «Гріхопадіння» → «Пришестя Христа» → «Страшний суд». Тобто історія – це драма спасіння, що має початок і завершення, але не належить людському контролю. Це не лінія прогресу, а божественний сценарій.

Час – не про години, а про сакральні події. На зміну календаря за циклом землеробства та зміни пір року часів античності, приходить церковний календар. Середньовічна людина не вимірювала час за стрілками – стрілок не існувало. Вона вимірювала його ритмами Святого Письма, церковного календаря і ритуалів. Час визначався не цифрами, а подіями: «Різдво» → «Великий піст» → «Пасха» → «П'ятидесятниця», а кожна частина доби мала сенс, закріплений у монастирських статутах і літургійних книгах.

Саме тому в ранніх романських соборах – наприклад, Сан-Мікеле в П'єдмонте або Сан-Сернен у Тулузі – ви не побачите годинникових башт чи сюжетів про «час» як форму історичного розвитку. Кінець Світу сприймається як часовий горизонт (майбутнє не існує). Для середньовічної свідомості майбутнє не є місцем можливостей, планів чи творчості. Майбутнє – це Страшний суд, «Dies irae» – «день гніву», описаний у книзі Одкровення. Тому майбутнє – не відкритий простір, а завершення сценарію. Не дивно, що майже всі собори XIII–XIV ст. мають на західному порталі сцену «Страшного суду»: Париж, Нотр-Дам, Ам'єнський собор, Шартр, Реймський собор. Вони нагадували: ми живемо всередині історії, яка вже визначена Богом.

Сакральний простір як модель часу. Середньовічний храм – це не тільки простір, а й уявлення про час. Вхід із заходу – «світ темряви», гріхопадіння. Просування до вівтаря – шлях спасіння. Апсида, залита світлом – Царство Небесне. Тобто кожен готичний собор – це просторова ікона історії людства. Тут архітектура є формою переживання часу. Саме тому Аббат Сугерій, реконструктор собору Сен-Дені (XII ст.), писав у своїх трактатах, що світло в храмі повинно давати віруючому можливість «перейти з темного віку до віку слави».

Уявлення про «новизну» в часи епохи Середньовіччя

У добу Середньовіччя культура не сприймалася як те, що створює людина, а як те, що встановлене Богом і передається у незмінному вигляді. Вона мислилася не як сфера творчості й виробництва нових форм, а як простір, у якому людське життя повинно відповідати божественному порядку. Тому культура для людини XII ст. чи XIII ст. була не відкритою системою, що може розвиватися, а чимось усталеним, впорядкованим і незмінним. Фома Аквінський, Августин, а пізніше теологи схоластичної доби неодноразово підкреслювали, що джерелом усіх сенсів є Бог, а людська діяльність – це лише намагання правильно відтворити і зберегти цей порядок. У такому розумінні культура набувала значення спадку, що отримується, а не створюється.

Через таку модель саме уявлення про новизну було кардинально іншим. У середньовічних текстах слово *novitas* зазвичай мало підозрілий, а інколи навіть негативний відтінок. «Нове» означало відхилення від традиції, можливу ересь, загрозу стабільності. У богословських трактатах XII століття неодноразово зустрічається застереження проти «нових учень», «нових звичаїв», тобто всього, що може розхитати цілісність доктрини. Проте певне уявлення про новизну все ж існувало, але не як створення чогось невідомого, а як повернення до первісної, істинної традиції. Нове у середньовічній свідомості – це не «вигадати», а «очистити». Саме так пояснювали себе реформи орденів Клюні або Ците: вони не робили нічого нового, вони «поверталися до витоків» і «відновлювали істинне життя за статутом». Навіть такі грандіозні зрушення, як поява готичного стилю, не усвідомлювалися як інновація. Аббат Сугерій, перебудовуючи Сен-Дені, говорив не про новий архітектурний стиль, а про «більшу відповідність світлу Божої слави». Тобто навіть технологічний прорив тлумачився як більш точне наслідування небесного.

Середньовічна культура загалом працювала в режимі наслідування. Саме тому авторитет («*autoritas*») був головнішим за творчу індивідуальність. Усі знання передавалися через коментування, тлумачення, уточнення. У схоластичній традиції не було потреби створювати «авторські концепції»: будь-який текст був або коментарем до Августина, або до Арістотеля, або до Святого Письма. Подібний принцип діяв і в образотворчих мистецтвах, де канон важив більше за індивідуальний стиль, і в архітектурі, де втілення божественного порядку було важливішим за створення нової форми.

Через це справжня новизна в середньовічній культурі асоціювалася не з людською діяльністю, а зі сферою чудес. Новим могло бути явлення святого, зцілення, знак на небі, знайдення мощей – все, що свідчило про Божу волю. Людина не мала претензії на те, щоб бути творцем нового, бо сам принцип творчості як «створення чогось, чого раніше не існувало» вважався прерогативою Бога. Тому будь-які зміни у мистецтві, освіті чи архітектурі через

самосвідомість епохи завжди описувалися як «уточнення», «покращення» або «повернення до істинного», а не як радикальне нове явище.

Уявлення про красу в епоху Середньовіччя

У середньовічній естетиці ключовим стає вчення Псевдо-Діонісія Ареопагіта, який формулював: краса – це «божественне сяйво», що проходить крізь речі. Отже, краса не в пропорції тіла або матеріалу, а в софійності, у здатності речі пропускати світло істини. Звідси культ світла в готичній архітектурі – вітражі Шартра, Сен-Дені, Реймса. Їхня краса – не в зображенні, а в кольоровому світлі, що створює духовний простір.

Символізм замість мімесису. Якщо антична краса була мімесисом (наслідуванням природі), то в середньовіччі будь-яке мистецтво – це алегорія. Кितिці винограду на капітелях – не ботаніка, а символ Євхаристії. Леви – не тварини, а знак сили Христа. Квітка – не квітка, а Діва Марія. Звідси й художній стиль: схематичність, умовність, стирання індивідуальності. Бо сенс – не в зображенні речі, а в тому, на що вона вказує.

Краса як моральна категорія. Фома Аквінський впроваджує уявлення про красу як про єдність трьох ознак:

- *integritas* – цілісність, завершеність;
- *consonantia* – пропорційність, узгодженість частин;
- *claritas* – ясність, сяйво (тобто духовна просвітленість).

Але тут важливо те, що пропорція вже не міряється людським тілом, а божественним порядком, який неможливо пізнати емпірично. Тому пропорції готичного собору – це не про «скільки разів діаметр колони вкладається у висоту», а про те, як геометрія виражає гармонію небесного міста – Нового Єрусалима. То ж де тепер перебуває краса? У античності – в самій речі. У середньовіччі – у зв'язку речі з Богом (в референті знаку, згідно з семіотикою). Пізніше у епоху Відродження – у пропорціях її побудови.

Тому реалістичний портрет неможливий: портрет показує особистість, а особистість як поняття ще не існує. Людина – не «я», а «смиренний слуга».

Відповідно, краса людського тіла – не тема мистецтва. Тема – душа, небесне, порятунки.

Уявлення про професію архітектора та проєктні матеріали і методи в епоху Середньовіччя

У добу Середньовіччя архітектор не мав того набору проєктних матеріалів і методів, який ми звикли вважати важливими для професії сьогодні. Не існувало стандартних креслень у сучасному розумінні, не було планів у масштабі, фасадів у проєкціях, пакетів документації, погоджених зі службами та підрядниками. Натомість процес проєктування поєднувався з процесом будівництва й нагадував довге, інколи столітнє ремісниче виробництво. Тому форми, які ми сьогодні назвали б «проєктними матеріалами», існували у зовсім іншому вигляді. Це були великі дерев'яні шаблони пропорцій, риси на камені, повнорозмірні криволінійні лекала, а також геометричні креслення на піску або на спеціальних «трасирах» – підлогових дошках, на яких малювали циркулем і шнуром майже в натуральну величину.

Будівництво готичних соборів – найкращий приклад того, як на практиці працювала ця система. Нотр-Дам-де-Парі, собор у Шартрі, Реймський собор – усі вони створювалися протягом кількох поколінь, і архітектор у сучасному сенсі цього слова в цих процесах майже не існував. Замість нього був «maître d'œuvre» – «майстер справи», «головний будівничий», який одночасно виконував роль інженера, художника, організатора праці та управителя міського фінансування. Саме тому середньовічний майстер мислив не кресленнями, а геометрією в її ремісничому сенсі: побудовами, модулями, пропорціями, «золотими» та «подвійними квадратами». Його інструмент – мотузка, циркуль, трикутник, повнорозмірний шаблон.

Власне, собор Нотр-Дам є показовою пам'яткою такої системи. Дослідники знайшли на горищних рівнях собору дерев'яні лекала – величезні криві шаблони, за якими вирізали нервюри, піварки та елементи кам'яного декору. Це і були «креслення»: не на пергаменті, а в матеріалі. Усі ключові

рішення фіксувалися на таких лекалах, а не на проєктних планах. Більше того, майстер поступово коригував форму собору вже в процесі зведення, оскільки точних планів на все будівництво просто не могло існувати. У цьому сенсі готичний собор ближчий до великої скульптури, що росте й уточнюється у процесі, а не до сучасної будівлі, де все вирішується на стадії проєкту.

Важливо розуміти, що будівельні технології тоді не дозволяли повної абстракції. Каменяр повинен був бачити камінь, розмічати його по шаблону, керуючись міркою, порівнянням і присутністю майстра на майданчику. Відомі тогочасні «геометричні трактати» – наприклад, анонімні «башта майстра Жана», описані у французьких джерелах XIV століття, – це радше збірки ремісничих правил, ніж проєктні методики.

Поява паперу в епоху пізнього Середньовіччя дещо змінила ситуацію. З'являються перші плоскі ескізи. Це видно у майстрів Кельнського собору чи собору в Мілані. Але навіть тоді ці ескізи не були кресленнями та документацією. Вони були узагальненими ідеями. Міланський собор, наприклад, проєктувався одразу кількома архітекторами з Італії, Німеччини та Франції, і кожен залишав свої ескізи. Майстри на місці інтерпретували їх відповідно до локальної традиції каменярства. Рішення про розміри нервюр або профілі архітрів ухвалювалися безпосередньо під час роботи на риштуваннях.

Тож тепер ми можемо зробити загальний висновок і відповісти на питання – чи було архітектурне проєктування в середньовіччі і чи є поява Нотр-Дам-де-Парі результатом архітектурного проєктування?

1. Уявлення про час. Час уже не циклічний, як в античності, але ще не лінійний у сучасному сенсі. Це відрізок від Створення світу до Страшного суду. Майбутнє існує, але не як простір людської творчості – лише як божественний план. Тому проєктного мислення в сучасному сенсі немає.

2. Поняття новизни та розширення культури. Новизна допускається, але тільки як «повернення до істинного» або удосконалення. Створити щось «нове» людина не може, бо творити може лише Бог. Інновації тлумачаться як

очищення традиції, а не як винахід. У сучасному значенні поняття нового ще не існує.

3. Проєктні матеріали та методи. Креслень немає. Є повнорозмірні шаблони, геометричні схеми на підлозі, лекала, моделі арок. Собор формується в процесі будівництва. Нотр-Дам-де-Парі зведений не за проєктом, а за ремісничою традицією та геометриєю майстрів.

4. Професійна спільнота. Є майстри-каменярі, цехи, братства. Але архітектора як автора задуму немає. Є «*maître d'œuvre*» – «головний будівничий», близький до прораба. Архітектурної професії як творчої діяльності ще не існує.

5. Модель людини та світу. Теоцентричність. Архітектура – частина сакрального порядку, а не результат індивідуальної творчості. Людина – образ Божий, а не творча особистість. Собор – не концепція, а місце присутності сакрального. Проєктне мислення лише зароджується.

Висновок: Нотр-Дам-де-Парі не є результатом архітектурного проєктування, а є результатом колективного ремісничого процесу.

Модель світу та людини у епоху Відродження

Епоха Відродження означає одну з найбільш глибоких змін у способі мислення європейської культури. Якщо в середньовіччі світ осмислювався через теоцентричну модель, у якій Бог був абсолютним центром усіх сенсів, а людина займала підлегле місце в ієрархії буття, то культура епохи Відродження поступово переходить до іншої моделі – антропоцентричної. Це не означає відмову від християнства чи заперечення Бога. Навпаки, більшість мислителів епохи Відродження залишалися глибоко релігійними людьми. Але тепер у центр уваги ставиться не лише Бог, а й сама людина – її гідність, її розум, її здатність діяти у світі.

Ключовим інтелектуальним джерелом цієї зміни стало нове прочитання біблійного тексту з Книги Буття: «І створив Бог людину за образом і подобою своєю». Цю фразу християнська культура знала протягом століть.

Середньовічні богослови тлумачили її переважно як духовну спорідненість людини з Богом: людина має душу, здатність до морального вибору, до пізнання Бога. Але у XV столітті гуманістична культура починає осмислювати цю формулу інакше. Якщо людина створена за образом Бога, то це означає, що в ній наявна не лише моральна подібність, а й принцип творчості. Бог є Творцем світу, а людина, створена за його образом, також наділена здатністю творити. Не просто повторювати або відтворювати вже існуюче, а створювати нове – те, чого раніше не було.

Це відкриття стало справжнім культурним переломом. Відтепер людська діяльність – у мистецтві, науці, архітектурі – починає розумітися як творча. Людина перестає бути лише смиренним виконавцем божественного порядку і стає активним учасником формування світу. Саме з цієї точки починається нова гідність художника і архітектора: він більше не просто майстер-ремісник, а творець форми.

Цей новий погляд на людину отримав яскраве художнє втілення у фресці Мікеланджело «Створення Адама» у Сикстинській капелі (1508–1512). На цій фресці Бог і людина зображені майже як рівні за силою та красою постаті. Вони тягнуться один до одного руками, і між їхніми пальцями виникає напружена пауза – мить передачі життя. Але водночас це і мить передачі творчої сили. Адам зображений не як слабе створіння, а як прекрасна, сильна і майже божественна істота. Саме тому ця фреска часто розглядається як символ гуманістичного перевороту епохи Відродження: людина усвідомлюється як істота, здатна творити світ разом із Богом.

У цій новій моделі світу природа також отримує інше значення. Якщо для середньовічної культури вона була насамперед символічною книгою божественних знаків, то для мислителів і художників епохи Відродження природа стає предметом дослідження. Її необхідно спостерігати, вимірювати, аналізувати. Саме тому художники вивчають анатомію людського тіла, архітектори – геометрію простору, інженери – механіку. Природа більше не є

лише знаком Бога; вона стає закономірною системою, яку людина може пізнати за допомогою розуму.

Таким чином, у культурі епохи Відродження формується нова модель світу, що ґрунтується на трьох ключових принципах:

- антропоцентризм: людина стає центральною фігурою культурного мислення;
- творчість: людська діяльність розглядається як здатність створювати нове;
- раціональність: світ можна зрозуміти через наукове дослідження та геометричні закони.

Як в епоху Відродження змінилося розуміння форми та краси?

Зміна уявлень про людину призвела і до зміни розуміння форми та краси. В епоху Середньовіччя краса розглядалася як відображення божественного світла і духовного порядку. Форма була символом, знаком, що вказував на вищу реальність. В епоху Відродження форма знову набуває тілесності і матеріальної ясності.

Художники і архітектори починають активно звертатися до античної спадщини. Вони вивчають руїни Рима, читають трактат Вітрувія «De architectura», досліджують пропорції античних будівель. Саме античність дає їм модель гармонії, засновану на математичних відношеннях.

Краса тепер визначається не символічним значенням, а гармонійністю пропорцій. Леон Баттіста Альберті у своєму трактаті «De re aedificatoria» пише, що краса виникає тоді, коли всі частини будівлі пов'язані між собою так, що нічого не можна ні додати, ні відняти без порушення гармонії.

Особливу роль у цьому новому розумінні форми відіграє дослідження людського тіла. Людина стає мірилом гармонії. Саме тому Леонардо да Вінчі створює знаменитий рисунок «Вітрувіанська людина», у якому пропорції людського тіла вписані у коло і квадрат – основні геометричні фігури досконалості.

У архітектурі це призводить до появи ясної геометричної організації простору. Будівлі епохи Відродження будуються за принципами симетрії, модуля та пропорцій. Прикладом такої системи є роботи Філіппо Брунеллескі у Флоренції – церква Сан-Лоренцо або капела Пацці. Простір у цих будівлях організований за допомогою чіткої математичної структури, де кожен елемент підпорядкований єдиному пропорційному принципу.

Концепція часу в епоху Відродження

Зміна світогляду призвела і до зміни уявлення про час. Якщо середньовічна культура розглядала історію як божественний сценарій спасіння, то гуманісти починають мислити історію як послідовність культурних епох.

Саме у цей період з'являється саме поняття «Середні віки». Гуманісти вважали, що після величної античної культури Європа пережила період занепаду, а тепер настає нова епоха відродження античних ідеалів.

Таким чином, історія починає розглядатися як процес змін і розвитку. Минуле стає предметом дослідження, а майбутнє – простором можливостей. Людина може впливати на історію через знання, мистецтво і політику.

Для архітектури це означає появу нового типу мислення – проєктного. Архітектор починає мислити будівлю не лише як результат ремісничого процесу, а як задум, який можна сформулювати і реалізувати у майбутньому.

Уявлення про новизну в епоху Відродження

У культурі епохи Відродження поняття новизни отримує принципово інше значення, ніж у середньовіччі. Якщо раніше нове сприймалося з підозрою як можливе відхилення від традиції, то тепер творчість і винахід стають важливою цінністю. Водночас новизна в епоху Відродження часто маскується під повернення до античності. Архітектори і художники говорять не про створення нового мистецтва, а про «відродження» античної культури. Саме тому епоха отримала назву «Renaissance» – «відродження». Проте насправді відбувається створення нової культурної системи, у якій художник або архітектор виступає як індивідуальний автор.

Проектні матеріали та методи в епоху Відродження

Однією з найважливіших інновацій в епоху Відродження стає поява нових інструментів проектування. Насамперед це розвиток архітектурного креслення. У середньовічній практиці форма будівлі часто визначалася безпосередньо під час будівництва. В епоху Відродження ж архітектори починають створювати плани, фасади, розрізи і перспективні зображення. Креслення дозволяє уявити будівлю до початку будівництва, обговорити її з замовником і перевірити пропорції.

Ще однією ключовою інновацією стає відкриття лінійної перспективи. Близько 1420 року Філіппо Брунеллескі проводить експерименти з перспективним зображенням простору, а Леон Баттіста Альберті описує її принципи у трактаті «De pictura». Перспектива означає появу нового принципу організації простору: він будується від точки зору спостерігача. Іншими словами, простір починає структуруватися відповідно до людського погляду. Це надзвичайно важливо для архітектурного мислення. Простір більше не є лише символічним середовищем, як у середньовічному храмі. Він стає геометричною системою, яку можна побудувати, виміряти і зобразити. З'являється стандарт організації проектного матеріалу та методів проектування, який є нормативним по цей день.

Професія архітектора в епоху Відродження

Усе це призводить до формування нового типу архітектора. Якщо у середньовіччі головною фігурою будівництва був «*maître d'œuvre*» – «майстер-будівничий», то в епоху Відродження з'являється архітектор-теоретик. Філіппо Брунеллескі, Леон Баттіста Альберті, Донато Браманте, Андреа Палладіо – це вже не просто будівничі. Вони мислителі, які створюють теорію архітектури, пишуть трактати, розробляють принципи композиції.

У культурі цієї епохи формується образ художника або архітектора як «титана» – людини виняткового таланту і сили. Проте соціальне становище таких творців залишалося складним. Їхня цінність для суспільства часто визначалася тим, наскільки вони могли приносити користь – створювати

будівлі, картини, інженерні рішення. Коли ж майстер втрачав можливість працювати або переставав бути потрібним замовникам, його становище могло різко погіршитися. Тому багато художників і архітекторів цієї епохи проживали життя у постійній залежності від меценатів, правителів і церковних замовлень.

Модель людини та світу в епоху Відродження – антропоцентрична. Людина розуміється як істота, створена за образом Бога і здатна творити нові форми.

Уявлення про час. Час починає сприйматися як історичний процес культурних змін. Майбутнє стає простором можливостей.

Поняття новизни. Новизна більше не розглядається як загроза традиції. Вона стає результатом творчої діяльності людини.

Проектні матеріали та методи. З'являються креслення, моделі і перспективні зображення, які дозволяють створювати архітектурний проєкт ще до початку будівництва.

Професійна спільнота. Формується новий тип архітектора – автора, теоретика і проєктувальника. З'являється професія архітектора, професійна спільнота та професійна освіта.

Висновок: на відміну від середньовіччя, архітектура епохи Відродження вже є результатом свідомого архітектурного проєктування, у якому центральну роль відіграє індивідуальний автор, геометричні принципи і попередній задум будівлі.

Рекомендовані джерела: [4–5], [8–9].

Питання для самоперевірки

1. Якою була модель світу в культурі Середньовіччя і чим вона відрізнялася від антропоцентричної моделі епохи Відродження?
2. Як у середньовічній культурі тлумачилася роль людини у світі і чому творчість у сучасному розумінні тоді фактично була неможливою?

3. Як змінюється тлумачення біблійної фрази «людина створена за образом і подобою Бога» у культурі епохи Відродження і чому це стало переломним моментом у розвитку європейського мислення?

4. Яким було уявлення про форму і красу в середньовічній архітектурі та мистецтві і чим воно відрізнялося від естетичних принципів епохи Відродження?

5. Якою була концепція часу у середньовіччі і чому в такій моделі часу майбутнє не розглядалося як простір людського проєктування?

6. Як змінюється розуміння часу в епоху Відродження і яким чином це пов'язано з виникненням проєктного мислення?

7. Як у середньовічній культурі тлумачилося поняття новизни і чому нове часто сприймалося як небезпечне відхилення від традиції?

8. Які проєктні матеріали та методи використовувалися в середньовічному будівництві і чим вони відрізнялися від проєктної практики епохи Відродження?

9. Як змінюється статус архітектора від середньовіччя до епохи Відродження, і чому саме в епоху Відродження формується образ архітектора як автора і творця?

Лекція 4 Типи мислення та нейропсихологічні основи архітектурно-дизайнерського проєктування

План

1. Типи мислення людини та їх значення для архітектурно-дизайнерської діяльності.
2. Будова людського мозку та еволюційні рівні мислення.
3. Архетипи тілесного досвіду людини та їхній вплив на сприйняття архітектурного середовища.
4. Архітектура як система міфологічних смислів і психологічних моделей простору.

Професійна діяльність архітектора або дизайнера нерозривно пов'язана з мисленням. Проєктування не є лише технічною або інженерною процедурою. Це складний інтелектуальний процес, у якому поєднуються логіка, інтуїція, образне мислення, культурні архетипи та психологічні механізми сприйняття середовища. Саме тому для розуміння методології архітектурно-дизайнерського проєктування необхідно розглянути, як працює людський мозок і які типи мислення беруть участь у створенні архітектурних образів.

Умовно можна виділити два основні типи мислення, які формують спосіб сприйняття світу людиною. Перший тип – міфологічне мислення, другий – критичне або раціональне мислення. Обидва вони наявні в людській психіці одночасно і взаємодіють між собою.

Міфологічне мислення є найдавнішою формою пояснення реальності. Воно виникло ще в доісторичні часи і базується не на логічних доказах, а на образах, символах і архетипах. Такий тип мислення встановлює зв'язки між явищами навіть тоді, коли між ними немає об'єктивного причинно-наслідкового зв'язку. Наприклад, певна подія може пояснюватися втручанням надприродних сил або дією символічних факторів. Міфологічне мислення не прагне перевіряти інформацію логічними методами, його основна функція –

пояснити світ і зменшити тривожність людини перед невідомістю. Особливістю міфологічного мислення є те, що воно працює не через поняття, а через образи. У цьому випадку предмет і його символ, слово і його значення, знак і реальність сприймаються як одне і те ж. Саме тому в традиційних культурах ритуали і символи мали надзвичайно важливе значення. Через них людина намагалася впливати на реальність і впорядковувати хаос навколишнього світу.

Інший тип мислення – критичне мислення – формується значно пізніше. Воно пов'язане з розвитком науки, логіки та раціонального аналізу. Критичне мислення оперує фактами, які можна перевірити, і прагне пояснювати явища через причинно-наслідкові зв'язки. Воно містить аналіз доказів, порівняння різних джерел інформації, формування обґрунтованих висновків. Саме критичне мислення є основою наукової та проєктної діяльності. Архітектор, працюючи над проєктом, аналізує функцію будівлі, конструктивні можливості, економічні фактори, містобудівний контекст та потреби користувачів. Однак важливо розуміти, що навіть у сучасній архітектурі міфологічні механізми мислення продовжують діяти. Люди сприймають простір не тільки логічно, але й емоційно, через архетипи та підсвідомі асоціації.

Щоб краще зрозуміти ці процеси, необхідно звернутися до моделі психіки людини. Психологи часто описують її через модель айсберга. Відповідно до цієї моделі, лише невелика частина психічної діяльності людини усвідомлюється. Свідомість займає приблизно п'ять відсотків активності мозку. Саме на цьому рівні відбуваються логічні операції, аналіз інформації, планування дій, навчання та контроль поведінки.

Більш значну частину психічних процесів становить підсвідомість. Вона містить інтуїцію, соціальні стереотипи, моральні норми та колективні правила поведінки. Підсвідомість допомагає людині орієнтуватися в соціальному середовищі, ухвалювати швидкі рішення і підтримувати взаємодію з іншими людьми.

Найбільшу частину психічної діяльності становить несвідоме. Саме тут знаходяться базові інстинкти, автоматичні поведінкові реакції, архетипи та

емоційні патерни. Несвідоме працює через образи, емоції і символи. Воно не використовує логічні поняття і не контролюється безпосередньо свідомістю.

Ці особливості людської психіки безпосередньо пов'язані з еволюцією мозку. Згідно з однією з найвідоміших моделей, запропонованою нейрофізіологом Полом Макліном у 1960-х роках, мозок людини складається з трьох еволюційних рівнів:

1. Найдавнішим є так званий рептильний мозок. Він сформувався приблизно триста мільйонів років тому і відповідає за базові інстинкти виживання. До нього належать мозковий стовбур і мозочок. Ці структури контролюють дихання, серцеву діяльність, рухові реакції і базові інстинкти. Рептильний мозок реагує на три основні типи ситуацій: пошук їжі, уникнення небезпеки і відтворення потомства. Саме тому базові реакції людини можна звести до трьох інстинктивних стратегій – захопити, атакувати або тікати, і шукати партнера. Ці реакції супроводжуються гормональними змінами, зокрема викидом адреналіну, кортизолу або статевих гормонів.

2. Другий еволюційний рівень мозку – це лімбічна система. Вона сформувалася приблизно двісті мільйонів років тому у ссавців. Лімбічна система відповідає за емоції, пам'ять, соціальні зв'язки і формування групової поведінки. Саме на цьому рівні виникають такі емоції, як страх, радість, довіра або тривога. Лімбічна система дозволяє людині жити у соціальних групах, формувати ієрархію та підтримувати взаємодію з іншими членами спільноти. Емоційні реакції, що виникають у лімбічній системі, регулюються різними гормонами – окситоцином, дофаміном, серотоніном та ендорфінами.

3. Наймолодшою частиною мозку є неокортекс. Він сформувався відносно недавно з еволюційної точки зору. Саме неокортекс відповідає за абстрактне мислення, мову, уяву, творчість і здатність до планування. Завдяки неокортексу людина може створювати складні культурні системи, науку, мистецтво і архітектуру.

Якщо розглядати концепцію архітектури крізь призму нейробіологічних засад соціальної ієрархії (П. Маклін) та ієрархії потреб (А. Маслоу), стає

помітним, що історичні культурні зрушення накладаються на еволюційно закріплені механізми мозку. Рептильний рівень пов'язаний із територіальністю, ранжуванням, домінуванням і підпорядкуванням; лімбічна система – з належністю, розрізненням «свій – чужий», емоційними зв'язками та чутливістю до статусу; неокортекс – із мовою, символічними системами, ідеологіями, через які ці імпульси осмислюються та легітимізуються. Потреба у статусі, визнанні й соціальній повазі постає як соціалізована форма базових імпульсів, замаскована під культурні практики. Сучасні семіотичні підходи, зосереджені на архітектурі як мові й тексті, описують переважно неокортикальний шар, тоді як значна частина архітектурної дії має «домовний» характер: масштаб, масивність, ритм, контроль доступу та просторове домінування зчитуються тілом ще до інтерпретації.

Таким чином, будова мозку безпосередньо пов'язана з потребами людини. Базові фізіологічні потреби – їжа, вода, безпека – пов'язані з діяльністю рептильного мозку. Соціальні потреби – приналежність до групи, повага, емоційні зв'язки – пов'язані з лімбічною системою. Потреби самореалізації, творчості та пізнання пов'язані з діяльністю неокортексу.

Людина є соціальною істотою, і це також відображено у будові мозку. Британський антрополог Робін Данбар встановив залежність між розвитком неокортексу та кількістю соціальних контактів у групі. За його оцінкою, оптимальний розмір людської соціальної групи становить приблизно від ста до двохсот осіб. Цікаво, що приблизно такого розміру були традиційні поселення в епоху неоліту.

Ще однією важливою особливістю мозку є здатність до формування нейронних зв'язків. Людина народжується з великою кількістю нейронів, але з відносно невеликою кількістю зв'язків між ними. Ці зв'язки формуються протягом життя завдяки досвіду і навчанню. Чим більше людина повторює певні дії або засвоює нову інформацію, тим міцнішими стають нейронні зв'язки. Саме тому освіта і професійна практика формують особливий спосіб

мислення архітектора. З часом людина починає інакше сприймати простір, структуру будівель і організацію середовища.

Архітектура тісно пов'язана з тілесним досвідом людини. Базові архетипи сприйняття простору формуються ще на рівні інстинктів. Одним з таких архетипів є протиставлення життя і смерті. Базові загрози для людини – голод, холод, хвороба, небезпека – формують фундаментальні страхи, які відображаються у культурі, міфології та архітектурі.

Інший важливий архетип – це протиставлення порядку і хаосу. Людина прагне створити контрольований простір, який можна передбачити і зрозуміти. Саме тому житло традиційно сприймається як символ порядку і безпеки. Дім відокремлює людину від небезпечного зовнішнього світу. У традиційній культурі подвір'я або будинок символізують впорядкований простір, тоді як ліс або дика природа асоціюються з хаосом. Ці уявлення знайшли відображення у казках, міфах та архітектурних формах.

Феноменологія архітектури пояснює, що людське тіло безпосередньо відчуває простір. Ми інстинктивно реагуємо на масу стін, вертикальність конструкцій, масштаб будівлі та її орієнтацію у просторі. Наприклад, масивні стіни і чітка геометрія створюють відчуття стабільності і захищеності. Люди зазвичай віддають перевагу знайомим і зрозумілим просторовим структурам. Саме тому традиційна архітектура часто сприймається як більш комфортна, ніж надто експериментальні форми сучасного дизайну.

З точки зору культурної антропології архітектура є глибоко міфологічним явищем, бо це зумовлено характером її розумової діяльності – більшість важливих питань людського існування не можуть бути досліджені критично і доведені через експеримент. Міф виконує функцію пояснення світу і примирення протиріч між різними аспектами реальності. Архітектура у цьому контексті виступає матеріальним втіленням міфологічних уявлень.

У різних культурах можна виділити три основні типи міфів, які відображаються в архітектурі:

1. Перший тип – хтонічні міфи. Вони пов'язані зі страхом смерті і з уявленнями про потойбічний світ. До архітектурних елементів, пов'язаних із цими міфами, належать печери, підвали, колодязі, сходи, лабіринти та інші структури, що символізують перехід між світами.

2. Другий тип – космогонічні міфи. Вони пояснюють створення світу і встановлення космічного порядку. У архітектурі це проявляється у символічній структурі поселень, храмів і традиційних житлових будинків. У багатьох культурах будинок розглядається як модель Всесвіту.

3. Третій тип – автопоезні міфи. Вони пов'язані з підтриманням ідентичності людини та її зв'язку з родом. Такі міфи проявляються у повсякденних ритуалах, пов'язаних із домом: приготування їжі, прибирання, ремонт, догляд за житлом. Архітектура в цьому випадку стає середовищем, що підтримує безперервність життя і пам'ять поколінь.

У сучасному суспільстві часто відбувається процес деміфологізації архітектури. Будівлі починають розглядатися лише як технічні об'єкти або функціональні структури. Проте психологічні дослідження показують, що певні типи просторових рішень можуть підвищувати рівень тривоги у людини.

До таких факторів належать надто великі відкриті простори, брак природного світла, перебування на великій висоті без візуального контакту із землею, криволінійні стіни без чітких вертикалей, гіпермасштаб будівель та великі одноманітні поверхні.

Таким чином, архітектура не може розглядатися лише як технічна дисципліна. Вона безпосередньо пов'язана з психологією людини, її біологічною природою та культурними архетипами. Розуміння цих механізмів дозволяє архітектору створювати середовище, яке не тільки функціонально ефективно, але й психологічно комфортне для людини.

Рекомендовані джерела: [10–12].

Питання для самоперевірки

1. Які два основні типи мислення розглядаються у лекції та чим вони відрізняються між собою?
2. У чому полягає суть міфологічного мислення та яку функцію воно виконує у культурі людини?
3. Які основні характеристики критичного мислення та чому воно є важливим для професійної діяльності архітектора?
4. Як пояснює структура психіки людини модель «айсберга» і які рівні психічної діяльності вона виділяє?
5. Які три еволюційні рівні мозку людини виділяє модель Пола Макліна та які функції виконує кожен з них?
6. Які базові потреби людини пов'язані з діяльністю рептильного мозку, лімбічної системи та неокортексу?
7. Що таке число Данбара і яке значення воно має для розуміння соціальної природи людини та формування середовища проживання?
8. Як формуються нейронні зв'язки у мозку людини і яку роль у цьому процесі відіграють досвід та навчання?
9. Які архетипічні протиставлення є основою тілесного досвіду людини та як вони впливають на сприйняття архітектурного простору?
10. Які три типи міфів виділяються у лекції та яким чином вони проявляються в архітектурі і традиційній культурі?

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

СТАНОВЛЕННЯ ПРОЄКТНОГО РІШЕННЯ В ДИЗАЙНІ

Лекція 5 Архітектура і міський простір як середовище формування соціальної взаємодії

План

1. Нейробіологічні основи соціальної поведінки людини.
2. Потреба приналежності до групи: механізм «свій – чужий» у культурі та мисленні людини.
3. Соціальні конфлікти, страх вигнання та психологічні механізми групової поведінки.
4. Архітектура і міський простір як середовище формування соціальної взаємодії.

Архітектура ніколи не існує сама по собі. Вона завжди створюється для людини і завжди відображає особливості людської поведінки, нейробіології та соціальної поведінки. Щоб зрозуміти ці процеси, необхідно звернутися до нейробіологічних основ, зокрема до будови мозку. Наш мозок еволюціонував від первинного мозку рептилій, тобто відростив лімбічну систему, а потім і неокортекс, щоб сприяти виживанню генів.

Якщо обрати 300–320 мільйонів років за точку відліку в межах моделі 24-годинної шкали, де 00:00 – це виникнення «рептильного мозку», то хронологія виглядатиме так:

1. 00:00 – рептильний мозок (стовбур та базальні ганглії): сформувався у перших рептилій. Це наш фундамент: інстинкти, дихання, виживання.
2. 04:00 – лімбічний мозок (палеомаммологічний мозок): з'являється приблизно через 50–70 мільйонів років після рептильного (у ранніх ссавців). Це час виникнення емоцій, опіки над потомством та пам'яті.

3. 23:12 – неокортекс (нова кора): починає стрімко розростатися лише близько 10 мільйонів років тому у спільних предків приматів та людей.

4. 23:58 – Homo Sapiens: наш вид з його унікально розвиненою префронтальною корою з'являється лише за 2 хвилини до півночі.

Як це впливає на архітектуру сьогодні? Конфлікт полягає в тому, що згідно з цією моделлю, ми намагаємося проєктувати середовище за допомогою неокортексу (логіка, економіка, стандарти), який існує лише 2 хв, але живемо в цьому середовищі структурами, яким 20 год та 24 год.

Рептильний мозок (24 год) – досі вимагає від архітектури безпеки (не сидіти спиною до дверей, уникати високих поверхів, мати достатньо вікон для огляду, але не багато).

Лімбічний мозок (20 год) – вимагає затишку, світла та соціальних зв'язків.

Неокортекс (2 хв) – каже: «цей бетонний куб дешевий і функціональний».

Саме тому ми часто відчуваємо глибокий дискомфорт у «сучасних» функціональних будівлях – наш «архаїчний» мозок просто не встиг до них адаптуватися. Це ще один момент на користь архетипічних засад та міфологічного мислення.

Тож природа завдяки нейро-гуморальній системі регуляції винагороджує нас приємними відчуттями, якщо ми робимо щось корисне для нашого виживання. Це відбувається завдяки роботі нейрорегуляторної системи мозку. Коли людина створює собі безпечне та сите середовище, досягає успіху, отримує ресурси або підвищує свій статус, у мозку відбувається викид певних речовин, які створюють відчуття задоволення. І це чотири ключові гормони: окситоцин, дофамін, серотонін та ендорфін. Кожен із них відповідає за різні типи винагороди.

У плані дослідження цього зв'язку між будовою мозку, основними потребами, соціальною поведінкою є корисним співвіднесення основних потреб людини з моделлю мозку, яку описали Абрахам Маслоу та нейрофізіолог Пол

Маклін. Ця модель демонструє, що різні рівні потреб людини пов'язані з різними відділами мозку і формують таким чином певну соціальну поведінку, яка, зі свого боку, зумовлює появу певного типу предметно-просторового середовища.

Особливу роль у соціальній поведінці відіграє лімбічна система, так званий «мозок ссавців». Саме ця частина мозку відповідає за емоції, прив'язаність, довіру і формування соціальних зв'язків. У процесі еволюції людина змушена була існувати у групах, адже лише так вона могла вижити. Спільне полювання, захист від ворогів і турбота про дітей вимагали високого рівня кооперації.

Це відповідає 3-му рівню піраміди потреб Маслоу – потреба в приналежності до групи, захисту групи, спільному полюванні та піклуванні про дітей. Головні загрози: спільний ворог, бути «чужим», тобто вигнання, комунікативна депривація (самотність), «мене ніхто не любить».

«Людина – соціальна тварина», тобто це вже прошите на підсвідомості та в гормональній регуляції – ми прораховуємо і будуємо відносини у групі задля отримання соціального схвалення, просування в ієрархії з метою доступу до ресурсів. У нас в голові безперервно працює наративна машина, що розповідає і розповідає історії про стосунки всередині «зграй» і прораховує варіанти розвитку тих стосунків для підвищення власного статусу й доступу до ресурсів. Безперервний внутрішній діалог.

Саме тому природний добір сформував механізм, який винагороджує людину за соціальні контакти. Коли людина отримує підтримку від інших членів групи, у її мозку виділяється гормон окситоцин. Цей гормон створює відчуття довіри, близькості і безпеки. Людина відчуває задоволення від приналежності до групи і прагне підтримувати ці зв'язки. Якщо ж людина опиняється поза групою, рівень окситоцину знижується. У такому випадку виникає почуття самотності, тривоги і психологічного дискомфорту. Саме тому людина постійно шукає соціальні контакти і прагне знайти свою «зграю», тобто групу людей, серед яких вона відчуває підтримку і довіру. Ця ідея реалізується

у суспільстві через формулу «свої – чужі». Це один із базових механізмів людського мислення, на якому власне будується ідентичність кожної окремої людини – через належність до певних «своїх» груп. Людина постійно оцінює інших людей і визначає, чи належать вони до її групи, чи є сторонніми. Цей механізм можна спостерігати і у світі тварин. На одному із зображень показано, як різні тварини, які зазвичай ворогують між собою, можуть об'єднуватися перед лицем спільної загрози. Коли з'являється загальний ворог, внутрішні конфлікти відходять на другий план, і група починає діяти спільно.

У людському суспільстві відбувається щось подібне. Соціальні групи часто формують свою ідентичність через протиставлення іншим групам. Саме тому у культурі так поширені сюжети протистояння «ми – вони».

Ця тема відображена у багатьох міфах і творах мистецтва: війни богів з титанами у давньогрецькій міфології, протистояння ангелів і демонів у релігійних традиціях, або конфлікти між різними родами і народами. У сучасній культурі аналогічні сюжети можна побачити у фільмах і літературі. Наприклад, у «Зоряних війнах» зображено боротьбу між світлою і темною сторонами, у «Володарі перснів» – протистояння народів Середзем'я силам зла, а у «Ромео і Джульєтті» конфлікт виникає між двома родами – Монтеккі та Капулетті.

Ці приклади демонструють, що механізм поділу на «своїх» і «чужих» глибоко закладений у культурі і мисленні людини.

Однак соціальна взаємодія не може будуватися лише на страху перед ворогом. Для нормального існування суспільства необхідна довіра. Саме довіра є основою соціальної взаємодії. Якщо людина знаходиться занадто близько до іншої людини, але не довіряє їй, мозок сприймає це як потенційну загрозу. У природі правило дуже просте: якщо хтось знаходиться достатньо близько, щоб доторкнутися, то він також достатньо близько, щоб напасти.

Тому довіра повинна виникнути раніше, ніж фізична або соціальна взаємодія. Коли людина має позитивний досвід взаємодії, лімбічна система підкріплює цей досвід викидом окситоцину. Якщо ж досвід негативний,

організм реагує гормонами стресу – наприклад, кортизолом. Таким чином формується поведінковий патерн довіри або недовіри.

У реальному житті ці механізми часто вступають у конфлікт із культурними нормами. Людське суспільство виробило багато моральних правил, які іноді суперечать природним реакціям мозку. Наприклад, людям часто говорять, що потрібно терпіти несправедливість, не відповідати на агресію або давати шанс тому, хто зрадив довіру. Такі ситуації можуть призводити до психологічних явищ, які описані як так званий «стокгольмський синдром». Він виникає у ситуаціях тривалого насильства або залежності. Спочатку жертва відчуває страх і опір, але з часом починає пристосовуватися до ситуації і навіть виправдовувати поведінку агресора.

Іншим прикладом є явище, відоме як «теорія відра з крабами». Суть цієї метафори полягає у тому, що краби у відрі не дозволяють один одному вибратися назовні. Якщо один краб намагається вилізти, інші тягнуть його назад. У соціальному контексті це означає, що члени групи можуть стримувати тих, хто намагається змінити своє становище або вийти за межі групових норм.

Ці психологічні механізми мають безпосередній зв'язок з архітектурою і містобудуванням. Люди під час створення поселень керуються не лише метою захисту від ворогів, але і для підтримання соціальних зв'язків. Саме тому у традиційних містах центральне місце займали громадські простори. Наприклад, у давньогрецьких містах таким простором була агора – центральна площа, де відбувалася торгівля, політичні збори і громадське життя. У слов'янських поселеннях аналогічну роль відігравав майдан.

Вулиці також виконували важливу соціальну функцію. У містах з одноманітною забудовою люди постійно контактували із сусідами, що сприяло формуванню локальних соціальних спільнот. Ці процеси добре видно і на прикладі містобудівних експериментів XX століття. У радянський період архітектори намагалися створити нові форми колективного життя, наприклад, так звані житлові комуни. У таких проєктах індивідуальне житло вважалося

проявом буржуазного індивідуалізму, а колективні форми життя – більш прогресивними.

Однак практика показала, що штучне скупчення людей не створює довіри і не сприяє об'єднанню у групу. Якщо люди змушені жити поруч без природного формування соціальних зв'язків, це може спричинити конфлікти і психологічний дискомфорт. Тому сучасна архітектура намагається створювати середовище, яке сприяє добровільній соціальній взаємодії. Архітектурні простори повинні створювати можливості для зустрічей, спілкування і спільної діяльності.

Таким чином, архітектура виступає не лише як матеріальна структура міста, але і як інструмент соціальної організації суспільства. Вона може сприяти формуванню довіри, взаємодії і спільноти або, навпаки, створювати відчуження і соціальну ізоляцію. Саме тому архітектор повинен розуміти не лише конструктивні або естетичні аспекти проєктування, але й соціальні та психологічні механізми взаємодії людини з середовищем.

Рекомендовані джерела: [4, 5, 10, 12].

Питання для самоперевірки

1. Опишіть нейробіологічні основи соціальної поведінки людини.
2. Охарактеризуйте реалізацію потреби приналежності до групи через механізм «свій – чужий» у культурі та мисленні людини.
3. Чому люди можуть відчувати дискомфорт у сучасних функціоналістських будівлях, навіть якщо вони є економічно ефективними?
4. Яку роль у соціальній поведінці людини відіграє лімбічна система та як це пов'язано з потребами за Маслоу?
5. Чому штучне колективне проживання, наприклад у житлових комунах XX століття, часто не створювало справжньої соціальної єдності?
6. Як архітектура та містобудування можуть сприяти формуванню довіри й соціальної взаємодії або, навпаки, створювати відчуження та ізоляцію?

Лекція 6 Нейроархітектура як методологічна основа архітектурно-дизайнерського проєктування

План

1. Нейробіологічні основи соціальної поведінки людини та еволюція мозку.
2. Соціальний статус, ієрархія та формування ідентичності у людських спільнотах.
3. Архітектура як інструмент репрезентації соціального статусу.

Як вже було сказано, саме розвиток лімбічної системи дозволив людині існувати у соціальних групах. І лише відносно недавно з'явився неокортекс, який забезпечує абстрактне мислення, мову та творчу діяльність. Нагадаємо, що природа винагороджує нас приємними відчуттями тоді, коли ми робимо щось корисне для виживання нашого виду. Це відбувається завдяки роботі нейрорегуляторної системи мозку. Коли людина створює собі безпечне та сите середовище, досягає успіху, отримує ресурси або підвищує свій статус, у мозку відбувається викид певних речовин, які створюють відчуття задоволення. Одну з них, яка відповідає за співіснування у групі та згідно з пірамідою Маслоу, задоволення потреби у прийнятті (окситоцин) – було розглянуто на попередній лекції. Тож перейдемо до інших.

Дофамін пов'язаний із фізичним рухом, мотивацією, дослідженням, пошуком новизни та передчуттям винагороди. Його дія стимулює людину рухатися до мети, досліджувати нове середовище та долати труднощі. У просторовому досвіді дофамін активується тоді, коли середовище викликає інтерес, пропонує послідовність відкриттів або створює відчуття поступового досягнення. І в той же час працює зворотній механізм: саме дофамін стимулює створювати такі середовища! Саме тому багато архітектурних композицій будуються за принципом просторової драматургії: людина рухається крізь серію просторів, які поступово розкриваються. Такий ефект можна спостерігати

у традиційних містах з їхньою системою вулиць, площ, внутрішніх дворів, а також у сучасних культурних або громадських будівлях. Послідовність переходів, зміна масштабів, раптові візуальні відкриття, перспективи, що ведуть до значущих об'єктів, – усе це формує відчуття руху до певної мети. Архітектура, яка стимулює цікавість та дослідницьку поведінку, фактично підтримує дофамінову систему мозку. Саме тому люди відчують задоволення від прогулянок містом, від відкриття нових просторів або від поступового розкриття складної архітектурної композиції.

Візуальна складність та «інформаційна винагорода». Дофамінова система стимулює нас досліджувати середовище. Дослідження показують, що середовище з помірною складністю викликає активніший відгук дофамінових рецепторів. Око «зчитує» інформацію, і мозок винагороджує нас за успішне розпізнавання патернів. Занадто пусті, монотонні бетонні коробки (мінімалізм без текстур) можуть призводити до «дофамінового голодування», спричиняючи апатію або когнітивну втому.

Проспекція та «обіцянка краєвиду» («Prospect and Refuge»). Архітектурна теорія Гіллари Епплтон описує, що людина почувається комфортно там, де вона може бачити («prospect»), але при цьому бути захищеною («refuge»). Дофамін виділяється, коли ми бачимо перспективу – відкритий простір, панорамне вікно або анфіладу кімнат. Це стимулює нашу пошукову систему (хочеться дізнатися, що там далі). Якщо середовище позбавлене «обіцянки» нового простору (тупикові коридори, брак вікон), дофамінова система не отримує стимулу для підтримки бадьорості. Гарним прикладом цього є патерн поселень на висотах або долах із гарним оглядом.

Навігація та «система винагороди» за орієнтацію. Процес орієнтування в просторі тісно пов'язаний із гіпокампом та дофаміновими шляхами. Чіткі домінанти: коли в місті чи будівлі є зрозумілі орієнтири (вежі, унікальні об'єкти), мозок легко будує когнітивну карту. Кожен успішний крок до цілі супроводжується мікрОВикидом дофаміну. Просторовий хаос: незрозуміла

логіка забудови спричиняє стрес (кортизол), який пригнічує дофамінову мотивацію, роблячи середовище суб'єктивно «ворожим».

Ми фактично створюємо середовище, яке або експлуатує нашу дофамінову систему (яскраві ТРЦ, динамічна реклама, що постійно перемикає увагу), або підтримує її (простори для дослідження – історичні міста з різноманітною забудовою, інтеграція природніх елементів в урбанізоване середовище, різноманітне функціональне наповнення).

Хижак, що переслідує здобич – цей образ дуже точно передає суть роботи дофаміну. Хижак витрачає величезну кількість енергії на переслідування, але продовжує рухатися вперед, тому що очікує винагороду – здобич. У людському житті працює той самий механізм. Наприклад, коли людина прагне досягти професійного успіху, вона проходить кілька етапів: спочатку виникає бажання досягти певної мети, потім людина навчається, далі практикується і зрештою отримує можливість керувати та реалізовувати проєкти. Цей процес супроводжується регулярними невеликими викидами дофаміну, які підтримують мотивацію. Людина отримує задоволення не лише від фінального результату, але й від самого руху до мети.

Однак якщо людина займається діяльністю, яка не має для неї значення або не приносить задоволення, мозок починає шукати інші джерела дофаміну. Наприклад: людина, яка працює на нецікавій роботі, може компенсувати відсутність мотивації через інші стимули – їжу, комп'ютерні ігри або соціальні мережі. Дуже цікавим прикладом роботи системи відкладеної винагороди є так званий «зефірний тест». Цей експеримент проводився у Стенфордському університеті. Дітям пропонували вибір: з'їсти один маршмелу одразу або зачекати приблизно 15 хвилин і отримати два. Дослідження показали, що діти, які могли відкласти миттєву винагороду, у дорослому житті досягали кращих результатів у навчанні та кар'єрі. Це певна ілюстрація того, як здатність контролювати імпульси пов'язана з майбутнім успіхом.

Ще одним важливим елементом поведінкової нейрорегуляції є серотонін. Він відповідає за відчуття статусу і соціального домінування. У природі

соціальна ієрархія є важливим механізмом виживання. Тварини, які займають високий статус у групі, отримують кращий доступ до ресурсів і партнерів. У людському суспільстві подібні механізми також існують, хоча проявляються у більш складних формах. У первісних суспільствах статус часто визначався фізичною силою. Проте з розвитком людської цивілізації дедалі більшу роль почав відігравати інтелект. У мисливських суспільствах саме розум і здатність до стратегічного мислення дозволяли людині досягти успіху. Але в разі загрози та конфліктів навіть у сучасному суспільстві поведінкові моделі залишаються пов'язаними з інстинктами.

Архітектори і дизайнери працюють із людьми – замовниками, інвесторами, девелоперами. Тому розуміння соціальної поведінки дуже важливе для професійної діяльності. Люди ухвалюють рішення не лише раціонально, але й під впливом емоцій, статусу та символів, як підказує наука – міфологічне мислення домінує над критичним.

Серотонін пов'язаний із відчуттям статусу, поваги та соціального визнання. У соціальних групах він сигналізує про успішне просування в ієрархії та доступ до ресурсів. У контексті предметно-просторового середовища серотонінова система регулює наше відчуття «свого місця» в ієрархії та просторі. Архітектура історично була одним із головних інструментів демонстрації статусу. Монументальні будівлі, палаци, урядові комплекси, музеї, корпоративні штаб-квартири або престижні житлові квартали виконують не лише функціональну, а й символічну роль. Вони створюють відчуття престижу, влади або культурної значущості. Висота будівель, масштаб площ, використання дорогих матеріалів, складність архітектурних форм – усе це працює як знакова система, що повідомляє про статус власника або інституції. Навіть у повсякденному житті люди прагнуть жити або працювати у просторах, які підвищують їхній соціальний престиж: престижний район, вид із вікна, дизайнерський інтер'єр або статусна адреса. Таким чином, архітектурне середовище може підтримувати серотонінову систему, створюючи відчуття соціальної значущості, гордості та визнання.

Територіальність та соціальний статус. Серотонін тісно пов'язаний із впевненістю та соціальним рангом.

Масштаб та ієрархія: високі стелі, монументальні входи та розгалужені простори історично підкреслювали статус власника, стимулюючи серотоніновий відгук (відчуття важливості та домінування). Приватність: наявність чітко окресленого «власного» простору (територіальність) стабілізує рівень серотоніну. Брак меж (наприклад, у погано зонованих open-space офісах) призводить до падіння серотоніну, що провокує тривожність та субмісивну (пригнічену) поведінку.

Архітектура історично була одним із головних інструментів демонстрації статусу. Монументальні будівлі, палаци, урядові комплекси, музеї, корпоративні штаб-квартири або престижні житлові квартали виконують не лише функціональну, а й символічну роль. Вони створюють відчуття престижу, влади або культурної значущості. Висота будівель, масштаб площ, використання дорогих матеріалів, складність архітектурних форм – усе це працює як знакова система, що повідомляє про статус власника або інституції. Навіть у повсякденному житті люди прагнуть жити або працювати у просторах, які підвищують їхній соціальний престиж: престижний район, вид із вікна, дизайнерський інтер'єр або статусна адреса. Таким чином, архітектурне середовище може підтримувати серотонінову систему, створюючи відчуття соціальної значущості, гордості та визнання.

Світлова архітектура (циркадні ритми). Це найбільш прямий фізіологічний зв'язок. Синтез серотоніну критично залежить від інтенсивності світла, що потрапляє на сітківку ока. Проектування великих вікон, світлових ліхтарів та атриумів – це пряме керування серотоніновою системою мешканців. Дефіцит природного світла в архітектурі («світлове голодування») веде до депресивних станів саме через порушення конвертації серотоніну в мелатонін.

Біофілія та відчуття «прихистку» («Refuge»). Якщо дофамін штовхає нас досліджувати «краєвид», то серотонін вивільняється, коли ми знаходимося в безпечному прихистку.

Природні матеріали та пропорції: тактильні, «теплі» матеріали (дерево, камінь, натуральні тканини) активують парасимпатичну нервову систему. Гармонійні пропорції та ритм заспокоюють. Це створює відчуття передбачуваності середовища, що є базовою умовою для підтримки високого рівня серотоніну.

Саме тому маркетинг і реклама активно використовують різні механізми впливу на мозок. Дуже показовими є приклади рекламних зображень. Наприклад, реклама парфумів або автомобілів часто апелює до інстинктів сексуальної привабливості або домінування. Інші рекламні образи апелюють до потреби у спільності – наприклад, сцени дружнього спілкування або сімейних свят. Окремо існує реклама, спрямована саме на соціальний статус людини. Таким чином, маркетинг працює через різні рівні мозку: інстинкти, емоції, тобто ірраціональне мислення, оминаючи неокортекс.

Сучасна людина одночасно належить до великої кількості соціальних груп. Це можуть бути національні, культурні, професійні або субкультурні спільноти. Наразі наука розрізняє такі типи соціокультурної ідентичності: антропологічна, цивілізаційна, культурно-історична, ідеологічна, релігійна, національна, територіальна та субкультурна.

Ідентичність людини формується через поєднання двох протилежних потреб. З одного боку, людина прагне бути частиною групи, тобто бути «як усі». З іншого боку, вона прагне виділитися і зайняти особливий статус. Архітектурно-дизайнерська діяльність відіграє важливу роль у цьому процесі. Простір міста часто відображає соціальну ієрархію. Сюди належать певні «статусні» житлові райони у місті або заміські поселення, певні житлові комплекси тощо. Навіть їхнє маркування на вітчизняному ринку нерухомості – «економ», «преміум», «бізнес», «еліт» – говорить саме про це.

Інші приклади пов'язані з культурними або громадськими будівлями. Зокрема, Інститут арабського світу у Парижі – відомий культурний центр, архітектура якого поєднує сучасні технології з елементами арабської

орнаментики. Подібні будівлі символізують культурну ідентичність певних спільнот. Інший приклад – Китайський культурний центр у Сан-Франциско та подібні об'єкти у різних містах світу. Такі будівлі виконують не лише функціональну роль, але й репрезентують присутність певної соціальної групи у міському просторі. Таким чином, архітектура стає інструментом символічного подання соціального статусу, культурної ідентичності та групової приналежності.

Наступним механізмом, який пов'язаний із фізичним благополуччям, контактом із природою та відчуттям задоволення від фізичної активності є система ендорфінів. Вони часто виробляються під час руху, спорту, танцю та взаємодії з природним середовищем. Архітектурне середовище може стимулювати такі процеси через створення просторів для руху та фізичної взаємодії з середовищем, природою. До них належать пішохідні маршрути, набережні, сходи, спортивні майданчики, велодоріжки, ландшафтні парки або громадські зелені простори, що заохочують активність. Людина відчуває задоволення від руху у комфортному та природньому середовищі, і це пов'язано саме з ендорфіновими механізмами. Важливу роль відіграють саме природні елементи середовища: вода, рослинність, сонячне світло, відкриті простори. Контакт із природою сприяє зниженню стресу та покращує емоційний стан людини.

Таким чином, архітектурне середовище взаємодіє з нейробіологічними механізмами людського мозку значно глибше, ніж може здатися на перший погляд. Просторова організація середовища може стимулювати цікавість і дослідницьку поведінку, підтримувати відчуття соціального статусу, створювати умови для довіри між людьми та заохочувати фізичну активність. Усі ці процеси пов'язані з роботою нейрохімічних систем мозку. Саме тому сучасна архітектура дедалі частіше розглядається не лише як технічна дисципліна, але і як інструмент формування психоемоційного благополуччя людини та як важливий фактор соціального середовища.

Завершити треба тим фактом, що найвищим рівнем людських потреб є самореалізація. Це здатність створювати щось нове, що розширює межі культури і знання. Саме творча діяльність дозволяє людині залишати слід у історії.

Для архітектора-дизайнера самореалізація означає створення нових просторів, які не лише задовольняють функціональні потреби, але й формують нову якість культурного середовища. Саме тому дизайн архітектурного середовища є не лише технічною дисципліною, але й важливим інструментом розвитку суспільства і культури.

Рекомендовані джерела: [10, 12–15].

Питання для самоперевірки

1. Яким чином еволюція мозку людини (рептильний мозок, лімбічна система, неокортекс) впливає на сприйняття архітектурного простору та поведінку людини в середовищі?
2. Яким чином просторові сценарії, композиція маршруту та поступове розкриття простору можуть стимулювати систему мотивації людини?
3. Як архітектура може виступати інструментом демонстрації соціального статусу та спричиняти реакцію, пов'язану з відчуттям престижу та визнання?
4. Які архітектурні та містобудівні простори сприяють соціальній взаємодії людей? Наведіть приклади таких просторів.
5. Чому людина одночасно прагне належати до соціальної групи і водночас демонструвати свою індивідуальність, і як це проявляється у дизайні житлового або громадського середовища?
6. Як знання про соціальну ієрархію та поведінкові моделі людини може допомогти архітектору краще працювати із замовниками, девелоперами та користувачами середовища?
7. Чому архітектурно-дизайнерське проєктування не може обмежуватися лише функціональними та технічними параметрами і повинно враховувати психологічні та соціальні механізми сприйняття простору?

Лекція 7 Архітектурне середовище як простір соціокультурної ідентичності та комунікації

План

1. Соціокультурна ідентичність: механізми формування та її знакове вираження у матеріальному середовищі.
2. Архітектура як носій та інструмент репрезентації колективної ідентичності.
3. Архітектурне середовище як комунікативний дискурс: простір як мова соціальних смислів.
4. Проблема розуміння архітектури: сприйняття, інтерпретація та сенс у соціокультурній взаємодії.

Серед гуманітарних наук останнім часом все більшої актуальності набувають дослідження, пов'язані з проблемою глобалізації, спрямовані на вивчення наслідків цього загальнокультурного явища та шляхів подолання обумовлених ним криз, однією з яких є **«криза ідентичності»**. В архітектурній теорії концепція ідентичності є досить новою, але активно розробляється як можливий механізм протистояння тенденції тотального культурного знеособлення. Ця тенденція також очевидна і в Україні, де повсюдно спостерігається втрата індивідуальних особливостей архітектурного середовища та її глобальна уніфікація у спробах відповідати «сучасній архітектурі», а також намаганнях ворога стерти українську ідентичність як таку. Це робить необхідність дослідження перспектив застосування концепції соціокультурної ідентичності у вітчизняній архітектурній теорії та практиці нагальною та актуальною.

Також поняття ідентичності здатне бути основою для інтеграції соціального та економічного знання в сферу архітектури. З другої половини 1970-х рр. воно міцно увійшло в лексикон усіх соціально-гуманітарних наук і в загальному сенсі означає усвідомлення і переживання людиною своєї

належності до певної соціокультурної групи. Соціокультурна ідентичність є базовою життєвою потребою для формування особистості людини і будується на спільності територій, історичної пам'яті, уявлень про світ, культурних традицій, способу життя і мови (Е. Еріксон).

Соціокультурна ідентичність це – конструкт, який завжди залучає механізм категоризації, у процесі якого оцінка своєї власної групи визначається під час співвіднесення з іншими групами шляхом порівняння значущих ознак та характеристик.

Тобто ідентифікація з тією чи іншою соціальною групою передбачає осмислення та привласнення людиною норм групи – її правил поведінки, правил інтерпретації, об'єкти матеріальної і нематеріальної культури, які існують в культурі у вигляді «згорнутих смислів» та можуть актуалізуватися-розгорнутися у тій чи іншій комунікативній ситуації. Безумовно, варіантом такої ситуації є міське середовище.

Сучасна людина одночасно належить багатьом соціальним групам та відповідно будує свою ідентичність через дихотомію належати до групи – мати особливий статус у групі, тобто «бути як усі – відрізнитися». Тобто це ментальний конструкт, що збирається під кожен соціальну групу належності шляхом дотримання прийнятих у цій групі стереотипів / норм поведінки.

Ми можемо розрізняти такі типи ідентичності за приналежністю до певної соціальної групи:

- антропологічна ідентичність – належність до роду *Homo Sapiens* (люди, як тілесні живі істоти);
- цивілізаційна ідентичність – належність до розвиненої або не розвиненої цивілізації;
- культурно-історична ідентичність – належність до певної культурно-історичної групи;
- ідеологічна ідентичність – належність до певної ідеологічної групи;
- релігійна ідентичність – належність до певної конфесії;

- національна ідентичність – належність до певної національності;
- етнічна ідентичність – належність до певного етносу;
- територіальна ідентичність – належність до певної географічної території;
- субкультурна ідентичність – належність до певних груп на основі спільних інтересів.

Формування архітектурного середовища не є самостійним видом активності окремої людини, а відбувається в контексті системи міжсуб'єктних відносин певної спільноти. Тому ми і кажемо, що архітектура закарбовує історію людства у камені. Сучасна архітектурна та містобудівна практика дедалі частіше осмислюється не лише як проектування матеріальних об'єктів, а як комунікативний дискурс, у межах якого формується, узгоджується й транслюється суспільний зміст простору. Архітектура постає мовою, що кодує соціальні цінності, ідентичності, владні відносини та уявлення про майбутнє, а міське середовище – як текст, що постійно інтерпретується користувачами.

У цьому контексті проектування розглядається як процес комунікації між різними акторами: архітекторами, владою, інвесторами, локальними спільнотами та мешканцями.

Процес формування соціокультурної ідентичності є поетапним і реляційним, тобто виникає у взаємодії з соціальним середовищем. На першому етапі відбувається засвоєння культурних норм і зразків (мова, стиль поведінки, естетичні уподобання, цінності, сценарії повсякденності) як свідомо (вибір стилю, ролі, способу життя), так і несвідомо – через соціалізацію та наслідування. Другий етап пов'язаний із матеріалізацією ідентичності: належність закріплюється у знакових формах (одяг, жести, мовні маркери, предметне середовище, тип житла, транспорт, цифрові атрибути), завдяки чому вона стає «читабельною». Третій етап – соціальне підтвердження або заперечення: оточення інтерпретує знаки через культурні коди; у разі збігу

очікувань ідентичність стабілізується, у разі розбіжності – коригується або конфліктує, тобто постійно відтворюється у взаємодії та просторовій практиці.

Групова соціальна ідентичність конструюється за тим самим принципом, але на колективному рівні: через спільне переймання норм, цінностей і моделей поведінки, що відтворюються у практиках, мовних кодах, ритуалах і розрізненні «нормального», «свого» та «чужого». Важливим є публічне демонстрування: зовнішні маркери та матеріально-просторове середовище. Архітектура, типи забудови, організація громадських просторів і містобудівні ансамблі виступають носіями колективної ідентичності, фіксуючи норми та ієрархії у фізичній формі; простір сигналізує про статус, належність і межі спільноти та бере участь у конструюванні й відтворенні ідентичності. Отже, групова ідентичність формується через переймання і демонстрацію нематеріальних норм (інтерпретації, поведінки, мовлення) і матеріальних маркерів (від будівель до комплексів), щоб іншим групам було зрозуміло, «з ким мають справу».

Типи ідентичності за приналежністю до соціальної групи: антропологічна; цивілізаційна; культурно-історична; ідеологічна; релігійна; національна; етнічна; територіальна; субкультурна.

Формування архітектурного середовища не є самостійним видом активності окремої людини, а відбувається в контексті системи міжсуб'єктних відносин певної спільноти. Тому ми і кажемо, що архітектура закарбовує історію людства у камені. У культурній ситуації постмодерну склалася вельми специфічна соціо-економічна реальність, що отримала назву «суспільство споживання». В архітектурній сфері ці фактори відбилися насамперед в уявленнях про архітектуру як товар, засіб масової комунікації або бренд, а людину як споживача. Ця ситуація активізувала пошуки альтернативної концепції розвитку суспільства, яка використовувала б позитивні досягнення такого стану речей і нівелювала б негативні. Як така альтернатива була запропонована концепція сталого розвитку, покликана інтегрувати економічні, екологічні та соціальні аспекти.

Сучасна архітектурна та містобудівна практика дедалі частіше осмислюється не лише як проєктування матеріальних об'єктів, а як комунікативний дискурс, у межах якого формується, узгоджується й транслюється суспільний зміст простору. Архітектура є мовою, що кодує соціальні цінності, ідентичності, владні відносини та уявлення про майбутнє, а міське середовище – як текст, що постійно інтерпретується користувачами.

У цьому контексті проєктування розглядається як процес комунікації між різними акторами: архітекторами, владою, інвесторами, локальними спільнотами та користувачами. Такі підходи зближуються з ідеями Юргена Габермаса про публічну сферу та комунікативну дію, а також із концепціями виробництва простору Анрі Лефевр, де простір розуміється як соціально сконструйований феномен.

Таким чином, сучасна архітектурно-містобудівна практика функціонує як відкритий дискурс, у якому простір стає засобом соціального діалогу, інструментом залучення або відкидання та формою символічної репрезентації колективних смислів.

Проблема «розуміння» в теорії архітектури

У зв'язку з цим є доречним приділити більше уваги саме проблемі «розуміння» і пов'язаного з ним феномену «сенсу».

Говорячи про розрізнення власне «сприйняття» і «розуміння» як різних процесів, ми ґрунтуватимемося на традиційному їхньому тлумаченні в психології, яка визначає їхню належність до різних рівнів свідомості людини. «Сприйняття» зазвичай сприймається як «пізнавальний психічний процес, який полягає у відображенні людиною предметів і явищ, у всій сукупності їхніх якостей за безпосереднього впливу на органи почуттів». Розуміння ж є «видом мислення – проникнення у суть феномена шляхом встановлення зв'язків між його елементами, які відображаються системою понять».

Також існує значна різниця в об'єктах «сприйняття» та «розуміння», а також у результатах. Об'єктами сприйняття є конкретні предмети та явища дійсності. Результатом процесу сприйняття стає побудований образ, як

суб'єктивне бачення реального світу, що сприймається за допомогою органів чуття.

Об'єктами розуміння, зі свого боку, є: інформація, знання, значення, текст. Результатом цього процесу є сенс. І якщо образ у сприйнятті є відбитком дійсності, то сенс є одночасно конструктором і станом свідомості, тобто розуміння специфічне саме тим, що породжує смисли.

Можна виділити деякі загальні моменти у побудові типології розуміння:

1. Когнітивне розуміння («understanding»), тобто «декодування» структурних одиниць ситуації, що виникає під час відновлення змістовності інформації, поданої у формі загальноприйнятих значень та норм діяльності у цій ситуації. Тобто відновлення «об'єктивного» діяльнісного значення ситуації відповідно до конвенційно затверджених норм. Відповідає на питання: «що це взагалі?» і «як тут передбачається діяти (користуватися)?».

2. Інтерпретаційне розуміння («interpretation»), пов'язане з залученням ширшого контексту пояснення ситуації. Ключовим моментом є внесення особистісного «суб'єктивного» погляду. Наприклад, у дослідженнях з історії архітектури здебільшого наявне розуміння, що інтерпретує сенс архітектурного об'єкта в контексті певної історико-культурної ситуації.

Звичайна туристична екскурсія обмежується лише когнітивним розумінням, повідомляючи загальноприйняті у таких випадках значення об'єктів: час забудови, ім'я автора-замовника, функціональне призначення тощо. У творчості завжди реалізується розуміння, яке часто так і називається «авторська інтерпретація». У ситуаціях повсякденного життя, коли архітектурне середовище сприймається в пасивному режимі утилітарного використання за встановленим зразком, розуміння архітектурного середовища не виходить за межі когнітивного.

Можна назвати такі загальні характеристики процесу розуміння сенсу:

1. Спрямованість (інтенціональність) – прояв смислового ставлення людини до об'єктивної дійсності здійснюється через прийняття ним тієї чи

іншої соціальної ролі та загальноприйнятих конвенційних смислів, закріплених у нормах розуміння.

2. Контекстність – сенс феномена проявляється лише у ширшому контексті дійсності, тобто у ситуації діяльності.

3. Комунікативність – породження сенсу можливе лише у взаємодії.

4. Сенс конструюється з наявного змісту свідомості – знань, значень, досвіду та інших. Сенс, як і буття, можливий лише за «наявності» осмислюючого суб'єкта (Е. Гуссерль, М. Мерло-Понті, Г. П. Щедровицький та інші).

Як видно всі наведені характеристики безпосередньо співвідносяться з уявленням про архітектурне середовище як ту ситуацію соціокультурної взаємодії, яка має великий сенсогенеруючий потенціал, що реалізується на підставі прийняття культурних норм і позицій.

Середовищна ситуація соціокультурної взаємодії

Для сфери соціології актуальною нині є тлумачення суб'єкта комунікації відповідно до теорії соціальних ролей, розробленої Т. Парсонсом, де соціальна роль сприймається як модель поведінки людини, об'єктивно задана соціальною позицією особистості в системі суспільних відносин приналежності / відмінності відносно соціальних груп. Також, соціальна роль – це ще й «поведінка, що очікується від людини, яка займає певний статус».

Водночас у ситуації соціокультурного взаємодії особистий досвід індивіда хоч і надає індивідуальну своєрідність змісту процесу розуміння, все ж таки найважливіше у цьому досвіді залишається розділенням між цим індивідом та іншими членами співтовариства. І це твердження цілком відповідає феномену ідентичності, що структурує процеси соціокультурної взаємодії за допомогою ухвалення норм і зразків культури різних соціальних спільнот, і набуття таким чином групової ідентичності, а також їхнього самостійного відтворення через систему соціальних ролей.

Таким чином, суб'єктом соціокультурної взаємодії є не індивід, а його особлива «позиція», що інтенційно конструює свою ідентичність за допомогою

співвіднесення себе та своєї «референтної групи». Референтна група при цьому розглядається як джерело норм соціальної взаємодії та соціальних установок.

Тут постулюється пряма залежність від обраної позиції відносно архітектурної споруди, відповідної спрямованості суб'єкта, який сприймає (наприклад, користувальницької, пізнавальної, професійної, туристичної, розважальної), що формує різні «інтенціональні предмети»: моє житло, місце роботи, пам'ятка XVIII сторіччя, зразок Гауді, естетично цікава будівля, інстаграмна локація.

Соціокультурне взаємодія між індивідом і архітектурним середовищем міста, реалізується інтенційно, з огляду на якусь обрану індивідом позицію та з орієнтацією на якусь референтну групу як норму. Тобто суб'єкт соціокультурної взаємодії – це певна об'єктивно існуюча діяльнісна позиція, що реалізується лише у комунікативній ситуації.

Порівняльним прикладом може бути «леопардовий принт»: зі знаку реальності він перетворився на симулякр. Від першого означення статусу у сенсі фінансової незалежності, значущого положення в суспільстві та наявності реальної влади (від фізичної до впливу на громадську думку), незалежності і свободи у виборі діяльності, кола спілкування, поведінки тощо, від наявності освіченості та художнього смаку, оскільки для поєднання такого візерунка в образі необхідні відчуття стилю та міри, до візуальної імітації усього цього як симулякру. В архітектурі та дизайні також дуже багато таких прикладів.

Рекомендовані джерела: [16, 17].

Питання для самоперевірки

1. Чому архітектура та містобудівні ансамблі можуть розглядатися як носії колективної соціальної ідентичності?
2. Яким чином архітектурне середовище сигналізує про соціальний статус, приналежність до певної спільноти та межі соціальних груп?
3. Які основні типи соціальної ідентичності можна виділити за приналежністю до різних соціальних груп?

4. Чому формування архітектурного середовища відбувається не як діяльність окремого індивіда, а як результат міжсуб'єктної взаємодії в суспільстві?

5. Чому сучасна архітектура дедалі частіше розглядається як форма комунікації та соціального дискурсу? Опишіть процес комунікативної ситуації в архітектурі.

6. У чому полягає відмінність між процесами сприйняття та розуміння архітектурного об'єкта?

7. Яку роль відіграє соціальна позиція та референтна група у формуванні інтерпретації архітектурного середовища різними користувачами?

Лекція 8 Втілення антропологічної та цивілізаційної ідентичності в архітектурному середовищі

План

1. Втілення антропологічної ідентичності в дизайні архітектурного середовища.
2. Втілення цивілізаційної ідентичності в дизайні архітектурного середовища.

Групова соціальна ідентичність формується за тим самим принципом, що й індивідуальна, але на рівні спільноти. Вона виникає через спільне засвоєння культурних норм, цінностей і моделей поведінки, які поділяються членами групи та відтворюються у повсякденних практиках. До них належать характерні способи комунікації, мовні коди, ритуали, прийняті стилі взаємодії, а також уявлення про те, що є «своїм», «чужим» і «нормальним».

Важливим елементом групової ідентичності є її публічна репрезентація. Спільнота позначає свою присутність і відмінність через зовнішні маркери – символіку, одяг, візуальні коди, а також через матеріальне та просторове середовище. Архітектура, типи забудови, організація громадських просторів і містобудівні ансамблі виступають носіями колективної ідентичності, закріплюючи соціальні норми та ієрархії у фізичній формі.

Через такі матеріалізовані знаки групова ідентичність стає зрозумілою для інших спільнот. Простір починає виконувати комунікативну функцію, сигналізуючи про статус, культурну належність, цінності та межі групи. Отже, архітектурне й містобудівне середовище не лише відображає сформовану ідентичність, а й бере активну участь у її формуванні та відтворенні в процесі соціальної взаємодії.

Антропологічна ідентичність

Під час розгляду базового для людини типу ідентичності – антропологічного, який узагальнює в собі такі сутнісні характеристики людини

як жива істота, стать, вік, раса, стан здоров'я, показано, що ці ідентичності перебувають здебільшого у сфері несвідомого і пов'язані між собою феноменом тілесності.

Треба розуміти, що саме з цим типом ідентичності, зумовленим тілесною природою людського буття, пов'язана специфіка та предметність архітектури як практики людської діяльності – міф архітектури полягає саме у подоланні «екзистенційного страху буття»:

- розуміння архітектури через тілесну екзистенцію, непереборність проблеми «життя та смерті» людського існування;

- наявність власної міфології архітектури, що виявляється у своєрідному «зшиванні» в архітектурному міфі раціональності живої тілесної реальності та ірраціональності смерті.

Антропологічна ідентичність походить від міфологічного мислення (ірраціонального), яке характеризується тим, що пов'язує між собою події, незважаючи на брак будь-яких правдоподібних причинних зв'язків між ними. Ігнорує протиріччя та виконує функцію пояснення та примирення опозиції, які пов'язані з вітальністю / тілесністю (бідність – багатство, світло – темрява, добро – зло, життя – смерть тощо). Міфологічне мислення домовне, воно працює з архетипами, смислами та образами, а не зі свідомістю та її поняттями, робить це через ритуал, традиції, стереотипи. Це заспокоює екзистенційний страх буття.

У зв'язку з цим визначені й основні прояви цього типу ідентичності, що втілюються в архітектурі – циклічність життя, непереборність смерті, історична пам'ять роду, матеріальність тіла, його «прихильність» до землі, спосіб життя як проживання простору і часу, відтворення, автопоезис.

Базовим механізмом формування соціокультурної ідентичності у сфері архітектури є автопоезис, який реалізується на двох рівнях:

1. Особиста ідентичність конституюється з огляду на глибоку суб'єктивність переживання власного «екзистенційного жаху буття» і

відтворення власної структури тілесного суб'єкта, що живе, через ідентифікацію в пам'яті себе з місцем, завдяки якому дискретності «я-вчорашній» і «я-сьогоднішній» знаходять відповідність.

2. Групова ідентичність конститується так само лише у більшому масштабі через самоототожнення «ми-люди», тобто наявність архітектури дозволяє ідентифікувати власну базову структуру як спільноти (людства), що живе, самовідтворює себе в масштабі історії, через зв'язування «ми – місце» завдяки механізму культурної пам'яті, який складає в безперервну «лінію життя» різні дискретні культурно-історичні ситуації.

Тому руйнація пам'яток архітектури така сама трагедія для людства взагалі, як знесення будинку дитинства для окремо взятої особи.

На цьому типі ідентичності, наприклад, будується одна з визначних пам'яток Єрусалиму – відбиток «Господньої руки» у стіні будинку на маршруті хресної дороги. За багаторічну історію торкання тисяч рук тисяч різних людей утворилося значне поглиблення у стіні. Цей міф живий тому, що глибоко вкорінений у самій природі людського способу буття – тілесності. І тут справа не у «святості» місця, оскільки достеменно відома його історія, але у «сліді пам'яті» тисяч інших людей, яких можна торкнутися через це місце і подолати час, тобто смерть.

Нейробіологічними засадами цього феномену за Полем Макліном є сприйняття світу нашим «рептильним мозком» – він для нього реальний чуттєво даний, тілесний. Тому безпеку середовища ми несвідомо відчуваємо зсередини тіла, і зв'язок із реальністю відбувається через реальний правдивий порядок, що його можна помацати та пройти ногами.

Про це нам розповідає феноменологія архітектури – маса стіни, орієнтація у просторі (осі, право – ліво, спереду – позаду); прямокутник та тин – поле ближнього контролю; коло – як горизонт контролю і передбачуваності, ієрархія маси здолу догори як стабільність та укоріненість, масштаб; конструктивні елементи (колони, балки, піч) – порядок та стабільність рутини. Матеріали реального світу.

*Втілення антропологічної ідентичності у сфері архітектури
та містобудування*

Втілення антропологічної ідентичності у сфері архітектури пов'язані з такими моментами:

1. Почуття дотику, що є основою розуміння приналежності архітектури до сфери людського буття через пластику і фактуру поверхні, її матеріал. Саме на почутті дотику будується онтологія архітектури як автопоезної системи людства, як «сліду життя».

2. Кінестетичне почуття, що є основою розуміння «руху» та «фізичної роботи» архітектурної форми, що несе свою масу. Тут як «норма» виступає засноване на власному м'язовому досвіді почуття відповідності або невідповідності маси її несучій здатності для навантаження.

3. Почуття ритму, що є основою розуміння «ритму руху» архітектурної форми, через відчуття регулярного ритму кроку, дихання, серцебиття. Тут як «норма» виступає засноване на власному тілесному досвіді почуття регулярності ритму, модульності як стабільності системи (приклад – ордер).

4. Переживання буттєвої присутності людського як суцього через механізм пам'яті, що дозволяє фіксувати механізм трансляції норми в часі, що втілюється в архітектурній формі, і дає уявлення про автопоезність людського буття як неперехідного становлення суцього.

5. Вестибулярний апарат задає вертикальність і центричність людського тіла, його постійний зв'язок із поверхнею землі задає норму переживання архітектури через вроджені тілесні уявлення про гравітацію та опір силам природи (вітру, холоду, снігу), будинок як «герой» завжди опирається зовнішнім хтонічним силам. Будинок завжди живий через нейробіологічну властивість нашого мозку атропоморфізувати середовище.

Вестибулярний апарат, гаптичні відчуття та «підшвовий дотик» відповідають за взаємодію тіла з рельєфом – перепад висоти, занурення в глибину, задає норму переживання архітектури як сліду проростання маси з

надр землі, масштабу іскри життя через опір зовнішнім хтонічним силам маси землі (землянки, печери, колодязі тощо).

6. У разі зорового сприйняття ми завжди відзначаємо сліди життя у просторі, тому тема відбитка живої руки, закарбованого в матеріалі, має особливе значення, бо сприймається як тілесне / матеріальне свідчення присутності поруч «іншого живого». Ручна робота та природні матеріали в архітектурі кажуть саме про це.

7. Зорово-термічне сприйняття (зір у поєднанні з відчуттям тепла шкіри) відповідає за переживання архітектурного простору як життєздатного середовища, пов'язаного з ритмами природного часу. Через інсоляцію, орієнтацію світлових отворів, глибину тіні та градації світлотіні формується норма сприйняття простору як безпечного, відкритого або, навпаки, захищеного. Сонячне світло та тепло виступають базовими онтологічними маркерами присутності життя, а їх відсутність або надлишок зчитуються тілом як порушення норми перебування у середовищі.

8. Пропріоцептивне та емоційно-тілесне сприйняття відповідає за диференціацію простору як «жіночого» або «чоловічого» через масштаб, пропорції, ступінь замкненості, характер світла, матеріалу та пластики форми. Тут як «норма» виступає засноване на колективному тілесному досвіді відчуття обволікання або напруження, стабільності або домінування, що зчитується дораціонально. Ці архетипічні просторові моделі, закорінені у культурній пам'яті, дозволяють людині інтуїтивно інтерпретувати архітектурне середовище як носія певних соціальних ролей, сценаріїв взаємодії та форм присутності людського буття.

Архітектура наближається до того, що її знову починають мислити у категоріях тіла, як і кілька тисяч років тому. Архітектура – це вже не просторова порожнеча схеми, а насичена світлом, кольором, жестом та м'язовим зусиллям місце буттєвої присутності у часі.

Квінтесенцію цієї теми висловив видатний американський архітектор Еміліо Амбас: «головне у моїй творчості – надати архітектурну форму таким головним подіям у житті людини як народження, любов і смерть».

Прояви феномену соціальної ідентичності в архітектурі

Прояв феномену соціальної ідентичності в архітектурі можна простежити з найдавніших часів дотепер. Зважаючи на те, що так звана Західна цивілізація бере свій початок в античності, буде дуже цікаво виділити та зіставити основні типи ідентичності та засоби їх втілення в архітектурі, а також простежити спадковість. Історичні тексти дають безліч прикладів, що показують цілком усвідомлене ставлення до фіксації специфічних особливостей певної соціальної групи в архітектурі, завдяки яким ця група може стверджувати та підтримувати власну унікальність та відмінність від інших груп, тобто – соціокультурна ідентичність.

Так вельми цікавим історичним прикладом є епізод відновлення Афін після греко-перських війн 450 років до н. е. та його тлумачення різними дослідниками архітектури. Так В. Л. Глазичев у своїй книзі «Еволюція творчості в архітектурі» пише: «... всі колосальні засоби, використані Периклом, після насильницького перенесення скарбниці Морського союзу з Делоса до Афін, були спрямовані аж ніяк не на реконструкцію, якої гостро потребувало місто, а на реконструкцію суто символічної іпостасі поліса – його Акрополя». При цьому автор визначає загальну атмосферу «як клімат збудженого нарцисизму». Подібним чином характеризує цю спрямованість дій і Льюїс Мамфорд: «це безперечний факт, що до V ст. до н. е. новий бог захоплює Акрополь, непомітним чином зливаючись із первісним божеством. Цей новий бог – поліс як такий. Люди, які будували ці чудові храми, були охоплені екстатичним почуттям колективного самопоклоніння...». Тут ми бачимо цікаву помилку «модернізації», коли якесь історичне явище тлумачиться з позицій сучасного способу мислення, тобто ми можемо зауважити, що на момент 1980-х років у теорії архітектури ще не було розуміння описуваних процесів і згадані вчені пояснювали їх як могли. Такий критичний і «незрозумілий» погляд

видатних дослідників архітектури на цю ситуацію на той час пояснимо браком досліджень людської психіки, що доводить важливість системи ідентичності у структурі особистості.

Як впливає з історичних документів, великі споруди будувалися на честь воєнних перемог або видатних історичних подій, при цьому основними цілями будівництва проголошувалися «звеличення і увічнення в історії».

Так грецький історик Псевдо-Ксенофонт у трактаті «Державний устрій афінян» серед іншого перераховує основні заняття афінянина того часу: «...приносити жертви, влаштовувати бенкети, зводити храми і прикрашати та звеличувати місто, в якому живе».

Про це можна прочитати і у Плутарха, який пише, що Перікл, пояснюючи ситуацію з відновленням Акрополя, заявляв: «якщо держава достатньо забезпечена предметами, потрібними для війни, необхідно витратити її багатство на такі роботи, які після закінчення її подарують державі вічну славу».

За описами історії виникнення різних будівель у Вітрувія, ця практика була повсюдною: «...на кошти, отримані від завойованого майна, спорудили як переможний трофей на згадку нащадкам Перський портик, що свідчить про славу і завзятість громадян».

Навіть цивільні споруди (гімнасії, амфітеатри, бібліотеки, терми, дороги, трубопроводи та каналізація), які споруджувались багато в чому завдяки засобам конкретних людей, увічнювали пам'ять про них, але водночас ставали характерною ознакою самого міста, що виокремлювали його з інших міст регіону, а також протиставляли загальну грецьку цивілізованість сусіднім «варварським» державам.

Те саме у Тацита: «Ще на той час була у звичаї щедрість на витрати на користь держави. Та й Август не заважав ... вжити ворожий видобуток чи надлишок коштів на прикрасу міста та прославлення себе у потомстві».

Відповідно ця тема «величі», що проходить червоною лінією крізь усю історію архітектури, повинна сприйматися у більш конструктивному ключі як

творення власної ідентичності, ніж емоційному як «самопоклоніння» та «нарцисизм». Така популярна в історичних текстах про архітектуру категорія «величі» завжди співвідносна, тобто стверджує відмінність та унікальність однієї соціальної групи, якій «належить» споруда, щодо іншої, «чужої» групи.

Втілення цивілізаційної ідентичності в архітектурі та містобудуванні

У цьому контексті важливо виявити ті особливості архітектурних споруд, які визначалися їх сучасниками як основні, що задавали цю «відмінність» еллінів від «варварів». Аналіз історичних описів архітектурних споруд дозволив виявити, що такими особливостями вважалися такі три:

- багатство (висока вартість матеріалів та технологій, що застосовувалися у будівництві та оздобленні);
- великий масштаб та технологічна складність споруди;
- майстерність виконання оздоблення.

Ці особливості можна простежити в архітектурному та містобудівному проектуванні на історичних прикладах будь-якої епохи і до сьогодні. Найпоказовішим є – змагання світового рівня за найвищу будівлю, найдовший прольот мосту, найтехнологічнішу інженерну дорожню інфраструктуру тощо.

Рекомендовані джерела: [18, 19].

Питання для самоперевірки

1. Опишіть процес формування соціокультурної ідентичності?
2. У чому подібність і відмінність між індивідуальною та груповою соціальною ідентичністю з точки зору механізмів їх конструювання?
3. Чому антропологічна ідентичність розглядається як базова і яку роль у її формуванні відіграє тілесність та несвідоме?
4. У чому полягає міф архітектури як способу подолання екзистенційного страху буття і як він пов'язаний з антропологічною ідентичністю?

5. Як міфологічне мислення та архетипи проявляються в архітектурі і чому вони залишаються дієвими незалежно від історичної епохи?
6. Що таке автопоезис у контексті архітектури та яким чином він працює на рівні особистої і групової ідентичності?
7. Схарактеризуйте особливості втілення антропологічної ідентичності в архітектурі.
8. Які нейробіологічні механізми, зокрема за Полем Макліном, є основою тілесного сприйняття архітектурного середовища?
9. Чому історичну категорію «величі» в архітектурі доцільніше тлумачити як цивілізаційну ідентичність?
10. Схарактеризуйте особливості втілення цивілізаційної ідентичності в архітектурі та містобудуванні.

Лекція 9 Втілення культурно-історичної ідентичності в архітектурному середовищі

План

1. Культурно-історична ідентичність як форма соціальної належності.
2. Архітектурна спадщина і пам'ятник як інструмент самоідентифікації культури.
3. Видовищність як ключова характеристика західного культурного сприйняття архітектури.
4. Регулярна планувальна структура як показник культури.

Окремо необхідно розглянути такий тип ідентичності, як *культурно-історичний*, що відображає належність до соціальної групи, яка характеризується глибокою спадкоємністю розвитку, традиціями, новаціями та різноманітням культурних зразків, тобто, висловлюючись словами давньогрецьких істориків, «давністю і шляхетністю походження». Загалом у історичних текстах досить часто трапляється словосполучення «за прикладом давніх», яке може свідчити не лише про так званий канонічний спосіб мислення, а й про загальнолюдську потребу в знанні про власне походження. У Плутарха знаходимо такий опис споруд Акрополя часів Перікла: «За своєю досконалістю кожна з них уже тоді здавалася давньою; проте за свіжістю вони виглядають такими, ніби завершені й виконані лише нині. Таким чином, їхня *вічна новизна* вберегла їх від дотику часу, немовби творець наділив свої твори вічною юністю і вдихнув у них нестаріючу душу».

Взагалі показовим є сам факт, що історичні архітектурні об'єкти називають словом «пам'ятник». Тобто сама мова нам дає підказку, що архітектурні об'єкти є реальним свідоцтвом про велич минулих поколінь, що зберегає пам'ять про їхнє походження.

Ми знаємо багато прикладів, що демонструють доволі усвідомлене ставлення до пам'ятників в архітектурі, завдяки яким окрема соціальна група

може стверджувати та підтримувати свою унікальність та відмінність від інших соціальних груп, за рахунок демонстрації свого історичного «коріння», спадковості своєї культури від «культурних» пращурів. Культура в такому розумінні – це освіченість, вихованість та уроджений смак. Тобто поважне ставлення до історичної спадщини – ознака висококультурної соціальної групи!

Римляни після завоювання Греції перевозили до себе грецькі пам'ятки та охороняли ті, що не могли перенести. Тексти того часу свідчать, що мати грецьку скульптуру було ознакою високого статусу й культури людини у суспільстві того часу. Але оригіналів на всіх не вистачало, тож виготовлялося багато копій, що навіть зараз їх важко датувати. Так збереглася 31 копія Дорифора Поліклета, як вказують: «найзнаменитіша і найвірніша – у Неаполі; найкраща репліка голови – з Геркуланума з сигнатурою афінського копіїста Аполлонія; найкращі репліки торсу – в Галереї Уффіці у Флоренції, з базальту з Пурталеса».

Наполеонівські експедиції до Давнього Єгипту також все вивозили до Лувру, англійці вивозили культурні зразки зі своїх колоній. Приклади: Луксорський обеліск Рамзеса в Парижі, Бики Шеду з Месопотамії там же, сфінкси Аменхотепа на Набережній мистецтв в Санкт-Петербурзі.

На противагу ним – варвари не надають цінності культурним об'єктам та знищують їх. Релігійні фанатики не змінюють своїх підходів – від зруйнування Риму, Константинополя вони й понині знищують культурну спадщину (Баміанські статуї Будди в Афганістані, які були знищені ісламістським рухом «Талібан» у березні 2001 року).

В Україні, на жаль, також є певні тенденції нехтування пам'ятками архітектури, навіть на державному рівні (останній Закон № 5665).

За своїм масштабом культурно-історичний тип ідентичності є співмірним із цивілізаційним, і між ними точиться постійна конкуренція за статус провідного типу належності, в межах якої архітектура постає одним із ключових полів реалізації – не просто як об'єкт будівництва, а як «диво для

зору», здатне захоплювати й вражати інженерною складністю, композиційною гармонією, новизною та майстерністю виконання.

Розвинена типологія громадської забудови. Ми знаємо багато прикладів, що демонструють доволі усвідомлене ставлення до пам'ятників в архітектурі, завдяки яким окрема соціальна група може стверджувати та підтримувати свою унікальність та відмінність від інших соціальних груп, за рахунок демонстрації свого історичного «коріння», спадковості своєї культури від «культурних» пращурів.

Видовищність як особливість сприйняття людини західної культури

Надзвичайно важливу роль в утвердженні культурно-історичного типу ідентичності в західній культурі відіграє видовищність. Як зазначають численні дослідники, в античній архітектурі домінувала орієнтація передусім на зорове сприйняття і зорову видовищність, підґрунтям якого було матеріально-чуттєве, тілесне світобачення людини античності. Відображенням цієї особливості архітектурного сприйняття є історичні тексти, у яких в описах переважають зорові терміни: «видовище», «насолота для очей», «диво для зору», «поглянь на річ, гідну подиву», «покажу тобі прекрасну річ», «поглянь на мене» тощо. Водночас у самій грецькій мові слова, що означають «диво», «зір» і «видовище», звучать майже однаково, а усталений вислів «диво для зору» за своєю суттю є тавтологічним.

Показовим прикладом цього є трактат Варрона «Про латинську мову»: «Те, на що дивилися очі, спочатку було названо *templum* – від «*tueri*» («дивитися», «спостерігати»). Тому й небо, на яке ми споглядаємо, було назване *templum*... На земній поверхні це слово означає місце, відведене за допомогою спеціальних обрядових формул для авгурій і ауспіцій». Подібну думку висловлює і Фест у трактаті «Про значення слів»: «*Contemplari* («споглядати») походить від «*templum*», тобто місця, яке видно звідусіль і з якого можна дивитися в усі боки; таке місце давні називали *templum*». До цього необхідно додати, що в латинській мові й слово «*templi*» («храм») походить від «*templum*» – «те, на що дивляться». Відповідно до такого видовищного погляду

оцінювався й навколишній світ: те, на що було цікаво дивитися, що викликало подив і захоплення, вважалося прекрасним і гідним милування. При цьому, з огляду на описи, зорову увагу приваблювало передусім велике за масштабом, коштовне (саяливе й блискуче), майстерно виконане (життєподібне), а також наповнене змістом – зокрема через міфологічну алегоризацію та «розумну красу».

Таке орієнтоване на видовищність сприйняття навколишнього світу загалом і архітектури зокрема стимулювало креативність, оскільки виникала постійна потреба в нових об'єктах, здатних дивувати. Здатність суспільства створювати нові зразки, гідні захоплення, безпосередньо пов'язувалася з рівнем розвитку культури, а сама наявність таких зразків у життєвому просторі підтримувала самоусвідомлення суспільства як носія розвиненої культури.

Регулярна планувальна структура

Показово, що в Римській імперії на ґрунті цієї видовищної концепції об'єктом уваги стає вже не окремий архітектурний об'єкт, а містобудівний ансамбль: предметом захоплення, а отже, й проектування як візуальної цілісності, стає саме місто – як видовищний простір. Водночас така підвищена увага до архітектурного оточення значною мірою була зумовлена досягненням певної межі в самій архітектурі – конструктивної, масштабної та декоративної. Саме тому «експансія розкоші» вийшла за межі архітектурної форми й отримала продовження в її оточенні – ландшафті, малих архітектурних формах, світлових ефектах, відкритих перспективах, про що свідчить висловлювання Тацита щодо палацу Нерона: «...у якому дивом були не стільки коштовні камені й золото – речі й раніше звичні та такі, що стали буденними через розвиток розкоші, – скільки поля, ставки й усамітнені гаї, що чергувалися з відкритими просторами та мальовничими видами».

Саме внаслідок такого «розширення» видовищного погляду місто Рим зазнало оцінки, а згодом і масштабної перебудови. Уперше – за часів імператора Августа, який, «прийнявши його цегляним, залишив мармуровим», і вдруге – за Нерона, який спалив місто, аби відбудувати його заново вже за

визначеними правилами: «Міський простір, що залишився після пожежі, забудовувався не безладно й недбало (як це було після галльської пожежі), а впорядкованими рядами будинків і широкими вулицями; при цьому висоту будівель було обмежено, подвір'я залишалися незабудованими й додавалися портики». Про цей період писав і Светоній: «Нерон винаходив новий тип міських будівель, причому перед інсулами та опрічними будинками споруджувалися портики».

Наведені тексти засвідчують особливий інтерес до продуманої, композиційно організованої міської забудови та формування нового об'єкта і способу проєктування. Як зауважує В. А. Нікітін, ці джерела свідчать про поширення нового підходу до проєктування: архітектура вже не зводилася «за встановленням» або традицією, а конструювалася як задум. З'явилися нові проєктні одиниці – вулиця і квартал, а портики та мощення виконували функцію об'єднання забудови в єдине візуальне ціле, прикладом чого може слугувати Вулиця колон у Пальмірі, виконана в єдиному ордерному рішенні.

Отже, можна стверджувати, що ще з давніх часів застосування проєктних методів у масштабі міста, впорядкування міської забудови та спроби створення архітектурних ансамблів в єдиному стилі виступали показником «культурного рівня».

Самоідентифікація соціокультурної групи (суспільства) як «культурної» постійно потребує вдосконалення здатності до управління й розвитку архітектурного середовища, а масштаб освоєння та якість опрацювання простору слугують індикаторами.

У цій конкурентній боротьбі беруть участь різноманітні соціальні групи меншого масштабу, які визначають себе через належність до певної ідеології, державності, нації, регіону, соціального класу, субкультури тощо. Значною мірою саме цим пояснюється популярність численних рейтингів країн і міст – «найосвіченіше», «найзаможніше», «найввічливіше», «найкомфортніше», «найдоступніше» тощо.

Подібно до античної доби, у сучасному світі місто безсумнівно постає як «диво для зору»: продумана планувальна організація міського середовища, ансамблевисть забудови, наявність стилю як цілісної системи проєктування, розвинена типологія «вражаючих» громадських просторів, наявність «давніх» і «благородних» архітектурних об'єктів, а також значна кількість споруд, що «вражають уяву», сприяють формуванню й підтриманню культурно-історичного типу ідентичності та слугують маркерами лідерства в його межах.

Рекомендовані джерела: [20–21].

Питання для самоперевірки

1. Як визначається культурно-історичний тип ідентичності та які його ключові ознаки?
2. Чому поняття «давності» й «шляхетності походження» є важливими для формування культурно-історичної ідентичності?
3. Яке значення має звернення до принципу «за прикладом давніх» у культурній та архітектурній традиції?
4. Чому архітектурні об'єкти в історичному дискурсі розглядаються як «пам'ятники» і яку роль вони відіграють у збереженні колективної пам'яті?
5. Як ставлення суспільства до історичної спадщини характеризує рівень його культури?
6. Що означає поняття «видовищність» у контексті західної культурної традиції та архітектури?
7. Як етимологія понять «templum» і «contemplari» відображає зорову природу античного світобачення?
8. Чому здатність створювати об'єкти, «гідні подиву», пов'язується з рівнем культурного розвитку суспільства?
9. У чому полягає перехід від окремої архітектурної споруди до міста як цілісного видовищного простору в Римській імперії?
10. Яким чином регулярна планувальна структура, ансамблевисть і стиль міського середовища виступають показниками культурного лідерства в сучасному світі?

Лекція 10 Втілення ідеологічної та релігійної ідентичності в архітектурному середовищі

План

1. Ідеологія як форма соціальної організації та просторової репрезентації.
2. Імперська і тоталітарна ідеологія в архітектурі та містобудуванні.
3. Демократична ідеологія в архітектурі та містобудуванні.
4. Релігійний тип ідентичності в архітектурі та містобудуванні.

Ідеологія це – «система концептуально оформлених поглядів та ідей, в якій усвідомлюються та оцінюються відносини людей до дійсності та один до одного, а також або санкціонуються існуючі у суспільстві форми панування та влади, або обґрунтовуються їхні перетворення».

Давні римляни були, ймовірно, найпартикулярнішим (тобто найбільш «приватним») народом античності, з виразно розвиненим індивідуалізмом, що, зі свого боку, зумовило необхідність створення розгалуженої правової системи для регулювання відносин між громадянами. Було чітко розроблено різні градації визнаного громадянства: італійське громадянство, латинське громадянство та, зрештою, на найвищому рівні – римське громадянство, а також почесний титул «друга і союзника римського народу». Окремо існував і спеціальний статус міста – «municipium», тобто міста, що володіло самоврядуванням і полісними привілеями в межах імперії.

З огляду на те, що на приєднаних територіях Рим часто зберігав без істотних змін уже наявний устрій – з власними звичаями, правовими нормами, місцевими релігійними культами (за винятком християнства), а також усталеними політичними й економічними відносинами, – виникала потреба в особливих засобах демонстрації належності цих територій до Римської імперії та закріплення уявлень про її соціополітичний устрій [18]. Передусім, паралельно з локальними культами, як загальноімперський запроваджувався культ обожествлення імператора з повсюдним поширенням його статуй,

символіки та присвячених йому храмів, що виконували функцію своєрідної державної присяги.

Водночас у системі управління державою особливим чином акцентувалася архітектура владних інституцій: у Давніх Афінах – агора, у Давньому Римі – імператорський палац і сенат як ключові просторові центри політичної влади.

Як засвідчує історія, у періоди зміцнення вже наявної або формування нової ідеології архітектурно-планувальна структура столиць і великих центрів влади зазнавала перебудови; при цьому, що жорсткішою була ідеологія, то радикальнішими ставали втручання. У цьому ж контексті необхідно зазначити схильність до гіпермасштабу – не лише в планувальних рішеннях, а й у розмірах споруд.

В архітектурі провінцій імперська ідеологія передусім виявлялася у тому, що в усіх провінціях і на всіх кордонах «нав'язувалося» зведення типових для всієї імперії споруд «столичного» зразка: доріг, акведуків і систем каналізації, мостів, гаваней, міських мурів, лазень, поштових станцій, зерносховищ, цистерн, театрів тощо. Таке підпорядкування архітектури імперській ідеології одноосібної влади та сили римського етосу, з огляду на описи сучасників, сприймалося переважно позитивно і сприяло зміцненню та зростанню імперії.

Найбільш наочними історичними прикладами реалізації засобів утілення ідеологічного типу ідентичності, вироблених ще в Римській імперії, є монархії до XX століття та держави тоталітарних режимів новітньої історії. Так, у колишніх республіках Радянського Союзу були яскраво виражені гіпермасштаб архітектури органів центральної влади, повсюдне поширення символіки та статуй культової постаті «вождя народів», радикальне втручання в наявну планувальну організацію столиць і великих міст, а також типове будівництво без урахування місцевих умов і способу життя населення. При цьому метою ставала масовість зведення об'єктів, часто на шкоду якості будівництва, а пріоритет надавався не розвитку інфраструктури, а масштабним спорудам органів влади, рідше – об'єктам культури та житловому будівництву. Водночас

нерідко наслідувався і архітектурний стиль Римської імперії. Важливо також зауважити, що, на відміну від технологій упровадження нової імперської ідентичності в Давньому Римі як своєрідного «облагодіяння» приєднаних територій шляхом долучення до «вищої» цивілізації – практично без втручання в місцеву культурну традицію, – радянський тоталітаризм прагнув насаджувати нову ідеологію через викорінення національної культури та її архітектурних символів.

Додатковим прикладом може слугувати Німеччина доби Третього рейху, де пріоритет надавався гіпермасштабним перетворенням планувальної структури великих міст (план перепланування Берліна 1936 р.), спорудам органів центральної влади, будівництву спортивних об'єктів, типовому зведенню інфраструктурних споруд (мережі автобанів і залізниць), а також військових об'єктів. Під час розроблення Гітлером генерального плану Берліна в його основу було покладено ідею перевершити Париж, подвоївши всі масштаби – чи то довжину Єлісейських полів, чи габарити Тріумфальної арки, – а ядром нового Берліна мав стати Зал конгресів. При цьому діаметр його купола мав перевищити купол радянського Палацу Рад, який, зі свого боку, був покликаний відібрати першість у нью-йоркського «Емпайр-Стейт-Білдінг».

Подібні тенденції простежуються і в Італії періоду фашизму: масштабна перепланування міста за Муссоліні, створення району EUR у Римі (Esposizione Universale di Roma – Всесвітня виставка Рима), а також цілеспрямована трансляція архітектурного стилю античності.

Втіленні демократичної ідеології

Не менш показовим є простеження реалізації ідеологічного типу ідентичності в архітектурі на прикладі демократичної ідеології. Як уже зазначалося, в античну добу таким містом були Афіни у період з 500 р. до н. е. до 321 р. до н. е., і, попри відносність тодішнього розуміння демократії, можна виокремити щонайменше три принципово важливі моменти. По-перше, головним простором міста була площа для народних зібрань, до якої прилягали портики храмів, що також вважалися громадськими просторами. По-друге, в

місті існували цивільні загальнодоступні громадські будівлі та споруди (лікеї, пінакотека, театри, бібліотека, лазні, сади тощо). По-третє, характерною рисою афінського міського середовища була загальна скромність житла.

Про скромність житла писав і В. Л. Глазичев: «Саме місто і в архаїчну, і в ранньокласичну епоху було примітивним... Пересічний будинок майже нічим не відрізнявся від звичайних «середземноморських» будинків із сирцевої цегли... Побоюючись демосу, навіть дуже заможні люди не наважувалися виокремлювати свої будинки з оточення, хоча, безумовно, зброя і посуд різко відрізнялися за оздобленням і вартістю. Усе життя городян зосереджувалося на агорі, дещо пізніше – у стої, що обрамляла агору, на сходах і в портиках храмів». Хоча автор пояснює скромність житла страхом перед можливістю соціального бунту, з позицій концепції ідентичності цей факт цілком можна пояснити браком вираженого індивідуалізму в полісному мисленні та розквітом афінської демократії, заснованої на рівноправ'ї й самоврядуванні. До того ж, якщо основне життя відбувалося на Акрополі, а війни були постійним явищем, потреба в розкішному індивідуальному житлі об'єктивно не виникала.

У сучасній архітектурі також можна простежити реалізацію демократичної ідеології та виокремити кілька ключових аспектів. По-перше, це розвиток соціології архітектури, поява так званої архітектури співучасті та інших соціально орієнтованих методів проєктування і містобудівного регулювання, які запобігають сегрегації та реалізують демократичні принципи, закріплюючи в соціальній групі належність до «відкритого суспільства». По-друге, це безбар'єрність і доступність архітектурного середовища для людей з різними фізичними можливостями, дітей та осіб похилого віку. Архітектурна ергономіка, покликана вирішувати ці завдання, сформувалася саме в царині демократичної ідеології рівних можливостей. По-третє, це розвинена типологія загальнодоступних громадських будівель і споруд – освітніх, спортивних, лікувальних, дозвіллевих, обслуговуючих тощо, а також наявність соціального житла. По-четверте, це архітектурне різноманіття, зумовлене місцевими

соціокультурними особливостями та локальною специфікою ділянки будівництва, на протигагу типовій одноманітності.

Показовим прикладом у цьому контексті може слугувати Берлін до падіння Берлінського муру в 1989 році. Унаслідок поділу міста на західну та східну частини відбувалося своєрідне культурно-ідеологічне протистояння, яке відобразилося й в архітектурі: Телевізійна вежа, зведена поряд із готичною Марієнкірхе як символ переваги соціалізму; Палац Республіки як символ комуністичної партії НДР; алея імені Сталіна в східній частині міста – на протигагу Ганзейському кварталу в західній. Водночас після руйнування Берлінського муру було ухвалено рішення не використовувати будівлі, у яких розміщувалися установи колишньої НДР, – їх знесли або передали іншим інституціям, а новий скляний купол Рейхстагу став символом демократії об'єднаної Німеччини.

Окремо в межах розглядуваного типу ідентичності необхідно виділити актуалізовану в останні десятиліття концепцію сталого розвитку, яку багато дослідників вважають однією з найперспективніших ідеологій ХХІ століття. Ідеологія сталого розвитку проголошує необхідність досягнення балансу між задоволенням сучасних потреб людства та захистом інтересів майбутніх поколінь, зокрема їхнім правом на безпечне й здорове довкілля. Як було показано в першому розділі цієї роботи, розвинені країни вже впроваджують у сфері архітектури принципи сталого розвитку (новий урбанізм, регіоналізм, «зелену» архітектуру тощо). Передусім ідеться про розвиток енергоощадних технологій та екологічного будівництва; удосконалення систем міського транспорту і збільшення пішохідних та велосипедних зон із метою зменшення автомобільних викидів; озеленення, формування гуманного й доступного архітектурного середовища.

Таким чином, утілення суспільством ідеології сталого розвитку в архітектурі формує новий тип ідентичності – належність до соціальної групи з прогресивним мисленням і високими моральними орієнтирами, яка реально дбає про якість життя як нинішніх, так і майбутніх поколінь.

Релігійний тип ідентичності

Загальновідомо, що з найдавніших часів сакральна архітектура несе в собі уявлення про принципи устрою світобудови як впорядкованої системи взаємовідносин, а також символічно відображає саму форму буття в мисленні конкретної спільноти. Наявність релігійних архітектурних об'єктів наочно закріплювала базові уявлення про світ і надавала можливість конституювати власну ідентичність певної соціальної групи як у просторовому, так і в часовому вимірах. Безпосередньо торкаючись антропологічної ідентичності людини як живої й смертної істоти, релігійна ідентичність дозволяла своєрідно «примиритися» з цією фундаментальною умовою буття через упорядкування та раціоналізацію способу життя спільноти відповідно до календаря релігійних свят.

Водночас важливо зазначити, що в історії існує чимало прикладів, коли сакральна архітектура, за умов певного злиття інститутів церкви та влади, структурує не лише релігійну, а й ідеологічну ідентичність. У таких випадках вона виступає своєрідним засобом «маркування» територій типовими архітектурними об'єктами, які формують цілісну фінансову та комунікаційну мережу.

Рекомендовані джерела: [22–23].

Питання для самоперевірки

1. Як визначається поняття ідеології?
2. Чому архітектура розглядається як інструмент закріплення або трансформації соціополітичної влади?
3. Які особливості римської системи громадянства вплинули на формування імперської ідентичності?
4. Яку функцію виконували культ імператора та архітектура владних інституцій у Римській імперії?
5. Чому посилення ідеології супроводжується радикальними перебудовами столиць і центрів влади?

6. У чому полягає феномен гіпермасштабу в архітектурі імперських і тоталітарних режимів?
7. Які спільні риси мають архітектурні практики СРСР, Третього рейху та фашистської Італії?
8. Які просторові та архітектурні принципи характеризували афінську демократію античного періоду?
9. Чому скромність житла в Афінах можна пояснити не лише соціальним страхом, а й типом полісної ідентичності?
10. Як ключові риси демократичної ідеології втілюються в сучасній архітектурі та містобудуванні?
11. Чому концепція сталого розвитку розглядається як основа демократичного типу ідеологічної ідентичності?
12. Яким чином сакральна архітектура формує релігійну ідентичність і за яких умов вона перетворюється на інструмент ідеологічного впливу?

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ Й ЗАВЕРШЕННЯ ПРОЄКТНИХ ПРОПОЗИЦІЙ У ДИЗАЙНІ СЕРЕДОВИЩА

Лекція 10 Втілення національної та етнічної ідентичності в архітектурному середовищі

План

1. Нація та національна ідентичність як модерний соціальний конструкт.
2. Архітектура як інструмент формування національної ідентичності.
3. Криза етнічної ідентичності в умовах глобалізації та пошук нових стратегій.

Проблематика «нації» та «національного» в Західному суспільстві стала актуальною лише останні 200 років у зв'язку зі зміною політичної системи через скасування монархій і необхідності для новоутворених держав нової ідеології, що об'єднує. Дослідники сходяться на думці, що нація – це є «уявне політичне співтовариство», яке існує через те, що люди ідентифікують себе саме цим, а не іншим чином, і фактично – вони є продуктом суспільного договору та способом свідомої самоідентифікації на підставі приналежності до загальної культурної традиції, території, пам'яті, мови.

Традиційно дослідники виокремлюють як основу формування національної ідентичності такі складові: мову, етнос, територію, культурні традиції, спосіб життя та історичну пам'ять. Таким чином, національна ідентичність постає як штучний конструкт, що складається з цих елементів, реконструюється з культурного підґрунтя у відповідь на «соціальне замовлення» та на основі суспільного договору, який визнає сформовану структуру саме як «національну ідентичність». Як свідчить історія, це «соціальне замовлення» – тобто потреба в належності до нації – актуалізується

передусім в умовах загрози або боротьби за державну цілісність і незалежність, зокрема й економічну.

Важливо зауважити, що в сучасній науці прийнято розрізняти два значення поняття «національний»: національний у сенсі етнічному та національний у сенсі державному. Різниця між ними полягає не стільки в масштабі соціальних груп, скільки у способі набуття належності: етнічна приналежність здобувається переважно природним шляхом – у межах родини, за походженням, тоді як національна ідентичність є цілком штучним конструктом, який кожна людина обирає для себе добровільно. Отже, якщо етноси існували впродовж усієї світової історії, то нації формуються лише в період індустріальної епохи.

Відповідно, головним завданням нації є формування та відтворення спільної для всіх громадян держави ідентичності в політичних інтересах. Архітектура, безперечно, є одним із важливих засобів реалізації цього завдання, і серед основних напрямів її використання в цьому контексті можна виокремити:

- охорону та реставрацію історичних пам'яток архітектури;
- популяризацію традиційного житла та його законодавчий захист;
- трансляцію так званого «національного стилю» та його елементів – традиційних матеріалів, колористичних рішень і декору;
- реалізацію традиційних проєктних принципів, що інтерпретують будь-який матеріал у «національному дусі»;
- поширення «національних» образів і символів.

Як приклади реалізації зазначених засобів в архітектурі можна навести такі практики. Загальновизнаною є політика збереження та реставрації історичної архітектурної спадщини, а також створення музеїв архітектури просто неба (зокрема, Національний музей народної архітектури та побуту України «Пирогів» поблизу Києва). Існує також державна охорона цілих поселень із приватною забудовою, у межах яких власникам забороняється

перебудова житлових будинків, а навіть фарбування фасадів у той чи інший колір суворо регламентується (наприклад, Брук і Дюргердам у Нідерландах).

Реалізація традиційних проєктних принципів, що дозволяють інтерпретувати будь-який матеріал у «національному дусі», наочно простежується в національних варіаціях «великих» архітектурних стилів – таких як українське бароко, український модерн тощо. Використання елементів «традиційної архітектури» є характерним передусім для репрезентативних архітектурних об'єктів і споруд – культурних центрів, музеїв, вокзалів, урядових будівель, ринків тощо.

Крім того, для репрезентації держав на міжнародних виставках і бієнале під час проєктування національних павільйонів надзвичайно часто обирається саме «національний стиль» у тій чи іншій інтерпретації. У сучасних умовах конкурентної боротьби міст за людські ресурси та процесів глобалізації національна тематика дедалі частіше використовується як інструмент просування брендів держав на зовнішніх ринках.

Етнічна ідентичність

Як уже зазначалося вище, національна ідентичність значною мірою ґрунтується на ідентичності етнічній. Багато дослідників цієї проблематики схиляються до твердження, що належність до етносу визначається долученням до історично сформованих архетипів його колективного несвідомого, які засвоюються з дитинства через казки та міфи [19]. На це ж вказує і відомий етнолог Ентоні Сміт, визначаючи етнос як «спільноту людей, що має власну назву, поділяє міфи про спільних предків, володіє спільною історією та культурою, асоційованою зі специфічною територією, і характеризується почуттям солідарності» [20]. При цьому «специфічна територія» у багатьох випадках має визначальне значення як ландшафт життєдіяльності, що забезпечує ресурси для виживання конкретного етносу і, як наслідок, формує спосіб світосприйняття та життєдіяльності.

Отже, цілком обґрунтованим є твердження про безпосередній зв'язок етнічної ідентичності з ландшафтом, оскільки архетипи колективного

несвідомого – точніше, їхні варіанти для кожного конкретного етносу – існують не у вигляді абстрактних понять, а в конкретному ландшафті життєдіяльності цієї спільноти. Це наочно підтверджується змістом народних казок, дія яких розгортається в різних природних середовищах: у лісі, степу, пустелі, на морському узбережжі, в горах тощо. Відповідно, істотно відрізняються й описи житла, притаманні цим ландшафтам.

Так, дослідження К. В. Літвишка засвідчило, що базові архетипи українського етносу безпосередньо пов'язані з землеробством та аграрними циклами, зумовленими специфікою українського ландшафту. Попри значне різноманіття вірувань предків, яке визначалося ареалом їхнього проживання та зовнішніми впливами, автор простежує спільні об'єднавчі риси й виокремлює два основні напрями: культ Землі та Води, що сформувався в архетип Великої Матері, а також культ Сонця й Вогню, який проявився в архетипі Батька. Цей батьківський архетип чітко простежується в традиційній орнаментиці, де більшість зображень пов'язані з аграрною культурою: з одного боку – це «чоловічі» солярні та вогняні символи, які переважно наносилися на зброю, знаряддя праці та чоловічий одяг, з іншого – «жіночі» символи землі й води, характерні для жіночого вбрання, домашнього начиння та прикрас. Водночас залежно від специфіки ландшафту існували варіації тлумачення цих архетипів.

Показовим прикладом також є історія єврейського народу, який упродовж усього свого історичного розвитку вибудовував етнічну ідентичність через належність до «землі обітованої», на якій у автентичному вигляді зберігся лише невеликий фрагмент храмового комплексу – Стіна Плачу.

У контексті архітектури можна стверджувати, що ландшафт задає умови «життя» архетипів у межах етносу. Якщо ж етнос займає значну територію з різноманітним природним середовищем, формуються певні субетноси (етнографічні групи), які відрізняються між собою способом життя. Ці відмінності насамперед зумовлені ландшафтом, а також історичним процесом існування конкретного субетносу. Традиційно-побутові особливості етнографічних груп проявляються в одязі, звичаях і обрядах, фольклорі, музиці,

декоративно-ужитковому мистецтві й, безперечно, у традиційній (вернакулярній) архітектурі.

Так, у межах України традиційно виокремлюють такі етнографічні групи: бойки, волиняни, галичани, гуцули, кубанці, лемки, литвини, наддніпрянці, ополяни, пінчуки, подоляни, покутяни, поліщуки, русини, сіверяни, слобожани, харцизи. У традиційній архітектурі ще до середини ХХ століття етногеографічна специфіка була важливою складовою повсякденного середовища і, серед іншого, виконувала функцію маркера «свій – чужий».

У радянський період історії України регіональна специфіка, яка дозволяла формувати ідентичність, пов'язану з місцем проживання, зазнавала насильницького викорінення з метою насадження типу «радянський громадянин». Загальновідомим є факт, що в радянській етнографії всерйоз обґрунтовувалося існування радянського суперетносу.

На сьогодні, в умовах глобалізації, зростання мобільності населення та специфіки економічного розвитку, дедалі виразнішою стає тенденція культурно-побутової інтеграції субетносів, що отримала назву «криза ідентичності». При цьому згладжуються їхні специфічні риси, звужується сфера впливу, аж до зникнення окремих етнографічних груп. Така тенденція характерна для всіх країн Європи; в Україні ж етнографічні групи українського етносу найкраще збереглися в межах Українських Карпат і Закарпаття – серед бойків, гуцулів і лемків.

Усвідомлення цього кризового моменту в сучасній культурі активізувало дослідження у сфері вернакулярної архітектури. Саме порушення трансляції цього типу ідентичності – як такого, що пов'язує сучасність із корінням не в абстракції понять, а в повсякденному житті, – стало однією з найвідчутніших втрат у контексті кризи ідентичності, зумовленої глобалізацією. Водночас потрібно зауважити, що нині в Україні, як і в багатьох інших країнах, спроби роботи з цією проблематикою здебільшого обмежуються формальною трансляцією усталених патернів (наприклад, орнаментів, колористичних рішень, символів) як маркерів певного етносу або субетносу, без занурення в

їхні смислові поля та принципи організації. Показовим прикладом цього є національні павільйони на всесвітніх виставках.

Дестабілізація цього зв'язувального елемента спонукала до усвідомлення втрати та пошуку шляхів виходу з ситуації, що склалася. Саме тому в новій ідеології сталого розвитку особливе місце посідають питання збереження культурного різноманіття. Водночас проблема породжує пошук рішень. Її осмислення в контексті архітектури відкриває можливість формування відповідних принципів роботи з нею та переведення її в площину прикладних завдань, чому, власне, і присвячене це дослідження. Необхідно зазначити, що одним із найбільш перспективних напрямів вирішення цієї проблеми вбачається брендинг територій, який поєднує економічну й культурну складові суспільного життя.

Різні стратегії реалізації цього напрямку, засновані на етнічному типі ідентичності, будуть розглянуті нижче. Натомість у цьому контексті доцільно окреслити основні положення існування етнічної ідентичності, принципово важливі для цього дослідження:

- етнічний тип ідентичності є одним із ключових для архітектури, оскільки виступає своєрідною ланкою між антропологічним типом ідентичності – природним, заснованим на колективному несвідомому, – та всіма подальшими типами ідентичності, які є штучними й обираються на основі колективного договору;

- з огляду на те, що цей тип ідентичності реалізується через повсякденне життя, основними архітектурними об'єктами його втілення є традиційне житло (дім) та господарські споруди: комора, млин, кузня, стайня, хлів, криниця тощо;

- до основних засобів реалізації етнічного типу ідентичності в архітектурі належать: принципи архітектурної композиції (пропорції, ритм, масштаб) – як в організації ділянки під забудову, так і в самому будинку та його декорі; використання матеріалів і колористичних рішень, властивих конкретному ландшафту; традиційні технології декору й пластичної роботи з матеріалом;

застосування природного освітлення; використання на ділянці певних видів флори.

Рекомендовані джерела: [24–25].

Питання для самоперевірки

1. Чому проблематика нації та національної ідентичності стала актуальною саме впродовж останніх двох століть?
2. У чому полягає розуміння нації як «уявного політичного співтовариства»?
3. Які основні складові формують національну ідентичність згідно з сучасними дослідженнями?
4. За яких історичних умов активізується «соціальне замовлення» на формування національної ідентичності?
5. У чому полягає принципова відмінність між етнічною та державною (національною) ідентичністю?
6. Яку роль відіграє архітектура у формуванні та відтворенні національної ідентичності держави?
7. Які архітектурні стратегії використовуються для трансляції «національного стилю»?
8. Чому національні павільйони на міжнародних виставках розглядаються як інструмент культурного брендингу?
9. Як етнічна ідентичність пов'язана з архетипами колективного несвідомого та ландшафтом?
10. Чому ландшафт вважається визначальним чинником формування субетносів і етнографічних груп?
11. Яким чином традиційна (вернакулярна) архітектура виконувала функцію маркера «свій – чужий»?
12. У чому полягає сучасна «криза етнічної ідентичності» та які архітектурні підходи пропонуються для її подолання?

Лекція 12 Втілення територіальної та субкультурної ідентичності в архітектурному середовищі

План

1. Поняття територіальної ідентичності: підходи до тлумачення та проблема її визначення.
2. Масштабні рівні територіальної ідентичності: від цивілізаційних і національних образів до регіону, міста та локального середовища.
3. Ідентичність місця та прив'язаність до простору: роль ландшафту, пам'яті та особистого досвіду.
4. Субкультурна ідентичність та її вплив на формування сучасного архітектурного й міського середовища.

Зі зменшенням масштабу соціальних груп, за якими ідентифікує себе людина, все більше значення набуває контекст головних проблем сучасної архітектури. Вони перебувають у межах сучасних тенденцій глобалізації та мультикультуралізму, що розвиваються як загально цивілізаційний процес, починаючи з другої половини ХХ століття, і описуються загальною назвою – криза ідентичності. У зв'язку з утворенням Європейського Союзу та розвитком міжконтинентальних торговельно-економічних відносин на основі діяльності міжнародних корпорацій суттєво змінилася демографічна структура міського населення та зросла свобода міграції. З одного боку, цей процес має позитивне значення як інтеграція європейської та світової спільноти в певну цілісність, однак з іншого – супроводжується низкою негативних наслідків.

Проблема 1. Уніфікація міського середовища:

- втрата локальної унікальності та знеособлення міського середовища внаслідок трансляції однотипних форм «сучасної архітектури» та транснаціональних корпорацій;
- успадкована типова забудова міст пострадянських територій.

Проблема 2. Тенденції мультикультуралізму та сегрегація населення:

- міське середовище в умовах свободи міграції та мультикультуралізму починає втрачати власну особливість за належністю до певної культурної групи та традиції;
- негативний ефект сегрегації населення за етнічними, релігійними, статусними й іншим ознакам.

Огляд наукових праць, присвячених проблематиці *«територіальної ідентичності»*, наочно демонструє, що залежно від загального напрямку досліджень це поняття тлумачиться по-різному, а усталеного загальноприйнятого визначення на сьогодні ще не вироблено. У зв'язку з цим на цьому етапі «територіальна ідентичність» у широкому розумінні постає радше як метафора, оскільки територія не може бути суб'єктом ідентичності, а лише надає додаткову характеристику досліджуваним спільнотам. Саме залежно від цієї характеристики й формується тлумачення поняття «територіальності».

Так, у дослідженнях із політичної географії та соціології під територіальною ідентичністю часто розуміють співвіднесення людини з певною адміністративною одиницею з метою статистичного аналізу та вивчення міграційних процесів, орієнтуючись переважно на кількісні показники. В урбаністиці це поняття зазвичай використовується в проєктах розвитку окремих міських районів і характеризує спільноту, що належить до відповідної території. У маркетингу ж територіальна ідентичність описує взаємовідносини людини з «образами території», які вона сприймає як «свої». Більше того, на сьогодні ці «географічні образи» стають об'єктом цілеспрямованого конструювання в межах концепції «брендингу територій» з метою репрезентації держав і регіонів на зовнішніх ринках.

Отже, у загальному сенсі уявлення про територіальність є доволі абстрактними, непередметними (назва, образ, кількість), тоді як дослідження ідентичності передбачає належність до цілком конкретних явищ – певних

мість, спільнот, подій. На те, що аспект територіальності значною мірою не є самостійним і не може розглядатися у відриві від соціальних суб'єктів, ще раніше вказував Георг Зіммель – засновник соціології простору.

Той факт, що в багатьох соціологічних дослідженнях фіксуються результати опитувань, згідно з якими люди ідентифікують себе через територіальні одиниці – наприклад: європеєць, українець, харків'янин, гуцул, з Чернігівщини, з ХТЗ тощо, – свідчить насамперед про співвіднесення себе з певними соціальними групами та їхніми культурними нормами, і лише опосередковано – з територією їх поширення. Безперечно, такі опитування демонструють важливість територіальних характеристик для самоідентифікації особистості як члена тієї чи іншої соціальної групи, однак потребують додаткового пояснення щодо механізмів, через які ця належність формується.

Водночас необхідно зазначити, що, за даними багатьох соціологічних досліджень, різні масштабні рівні територій – континент, держава, регіон, місто, район, квартал, двір – все ж задають певні характеристики, які дозволяють говорити про державну, регіональну, міську, районну та інші типи «ідентичностей». Тому важливим завданням є розрізнення «території» як абстрактного географічного уявлення та як конкретного простору життєдіяльності.

У межах масштабних типів ідентичності – таких як цивілізаційна, культурно-історична, ідеологічна, релігійна, національна, – територіальні уявлення існують переважно на рівні «географічних образів» і назв, що транслуються у наративах і не передбачають безпосереднього контакту з ландшафтом. Тобто території такого масштабу є повністю уявними конструкціями, які слугують уточнювальною характеристикою для соціальних груп, наприклад: західна цивілізація, європейська культура, східноєвропейський менталітет, нордичний характер тощо. Водночас уявлення про територію активно використовується й у процесі формування національної (громадянської) ідентичності, виступаючи підґрунтям адміністративно-територіального поділу.

Дещо інакше постає питання щодо територій меншого масштабу – регіонів, міст, районів. Як уже зазначалося вище під час розгляду етнічної ідентичності, внаслідок процесів глобалізації та урбанізації історичні ареали субетносів поступово розмиваються, а на зміну їм приходить адміністративний поділ територій. У сучасних умовах більш поширеними стають назви регіонів, утворені за найменуваннями їхніх міських центрів: Полтавщина, Чернігівщина, Харківщина, Херсонщина тощо. Водночас попри те, що досягнення цивілізації певною мірою трансформували спосіб життя, у сфері традиційних уявлень про світобудову, міфів і архетипів значна частина змісту залишилася незмінною. Тому регіональну ідентичність можна розглядати як модернізований варіант субетнічної ідентичності.

Поняття регіону в інтерпретації, близькій до проблематики цього дослідження, на сьогодні є одним із найбільш уживаних у розгляді питань ідентичності в англomовній науковій літературі («environmental geography», «human-environment geography»). При цьому під регіоном розуміють індивідуальну територіальну одиницю, яка часто не збігається з чинним адміністративно-територіальним поділом, відрізняється від інших територій за низкою ознак і характеризується певною цілісністю та взаємопов'язаністю природних, соціальних і економічних елементів. Отже, саме в понятті регіону найбільш виразно інтегруються фізичний ландшафт, спосіб життя його мешканців та характер їхньої господарської діяльності.

У цьому контексті територіальність знову виступає радше додатковою характеристикою базової – належності до конкретного сусідства. Тобто зі зменшенням масштабу до рівня регіону умоглядно-географічна абстракція поняття «територія» набуває фізичної щільності ландшафту як середовища життєдіяльності. Саме тому, як уже зазначалося, з певною часткою узагальнення можна стверджувати, що в межах обраної сфери дослідження регіональна ідентичність є «модернізованим» варіантом субетнічної ідентичності, сформованим унаслідок цивілізаційного розвитку та процесів глобалізації.

У цьому ж контексті необхідно звернути увагу на феномен прив'язаності до певних місць і прагнення повертатися до них, який часто розглядається в межах проблематики «територіальної ідентичності». Очевидно, що не завжди йдеться про належність до певної територіальної спільноти, і з огляду на те, що ідентичність за своєю суттю передбачає належність до групи через поділяння її культурних норм і зразків, тут виникає певне концептуальне протиріччя. Водночас, якщо дотримуватися логіки аналізу, стає зрозуміло, що місце – це не територія в загальному розумінні, а конкретно сприйманий (переживаний) локус, з яким пов'язані значущі життєві події, тобто особиста історія людини. У цьому сенсі місце «зберігає пам'ять» про ці події та про людей, з якими вони переживалися, виконуючи роль своєрідної сценографії для особистого досвіду.

Якщо йдеться про місце народження, яке збігається з місцем проживання предків, відбувається самоідентифікація з родом; якщо ж це лише місце, де людина переживала певні події, то об'єктом ідентифікації може бути як колектив, так і суто особисте співвіднесення між «я-тепер» і «я-тоді». Ці аспекти докладно описані Гастоном Башляром у праці «Поетика простору», де йдеться про місця самотності, благополуччя, дитинства тощо, і вже розглядалися в першому розділі цього дослідження.

Відповідно, можна стверджувати, що «територіальної ідентичності» як належності до самої території не існує; можливою є лише належність до територіальної спільноти, визнання «своїми» певних конкретних місць, які в пам'яті поєднують окремі події власного життєвого досвіду, а також до якогось ландшафту як звичного для проживання.

Субкультурна ідентичність

За подальшого зменшення територіального масштабу можна говорити вже про формування субкультурної ідентичності. Традиційно в межах досліджень феномену ідентичності розрізняють спільноти, жорстко пов'язані з територією (локальні сусідства), а також соціальні групи, що ґрунтуються на спільності інтересів, – субкультури (вікові, гендерні, за хобі, способом життя тощо).

Зазвичай територіальні спільноти характеризуються належністю до місця проживання, оскільки володіння землею, як зазначав британський соціолог А. Кюле, має важливе значення для підтримання ідентичності. У зв'язку зі зростанням мобільності населення сучасна людина отримує можливість обирати район проживання в межах конкретного міста, і значною мірою цей вибір визначається сформованим у суспільстві образом відповідного району, а точніше – образом потенційного середовища життя та сусідства. Такі уявлення, як «бідний» або «заможний» район, поряд з іншими інфраструктурними характеристиками, передбачають і цілком визначений соціальний склад сусідства та спосіб взаємодії з ним у повсякденному житті на ще дрібнішому масштабному рівні – кварталі й двору: на дитячому або спортивному майданчику, автостоянці, під час виходу собаки, у магазині, парку тощо. Цей тип ідентичності формує територіальні спільноти різного масштабу, які володіють ресурсами самоорганізації та здатністю впливати на розвиток належної їм території.

Серед найбільших міських спільнот, що об'єднуються не за фактом проживання в певному місці, а на основі спільності інтересів і потребують спеціально організованого архітектурного середовища, орієнтованого на їхні специфічні запити, можна виокремити такі:

- різні вікові групи (діти та їхні батьки, підлітки, молодь, люди зрілого віку тощо);
- спільноти, орієнтовані на здоровий спосіб життя та фізичну активність (прогулянки, велоспорт, скейтбординг, самокат, ролики, біг, гімнастика, рибальство, спортивні ігри тощо);
- спільноти власників і любителів домашніх тварин (зокрема собак);
- різні малі релігійні осередки та спільноти;
- малі етнічні групи, що проживають у межах міста;
- територіальні спільноти, які надають перевагу дозвіллю в межах «свого» району;

– люди, залучені до активного культурного життя та участі в освітніх і виставкових заходах;

– професійні спільноти митців, архітекторів, дизайнерів, музикантів тощо.

Існують також різноманітні міські субкультури, які, хоча й не потребують постійних спеціалізованих зон архітектурного середовища в межах міста, проте періодично потребують простору для зібрань, проведення заходів і спілкування. До таких субкультур належать:

– хобі-спільноти (мода, нумізматики, букіністики, моделінг тощо);

– специфічні молодіжні субкультури (музичні, модні, рольові, неформальні об'єднання тощо).

Відповідно, виникає потреба у створенні достатньо універсальних ділянок міського середовища, орієнтованих на періодичне використання невеликими групами. Отже, цілком закономірним є висновок, що сучасний розвиток міст в умовах конкурентної боротьби за людські ресурси безпосередньо залежить від різноманітності та привабливості міського середовища, у зв'язку з чим проблематиці субкультурної ідентичності надалі приділятиметься дедалі більше дослідницької та проєктної уваги.

Варто також зазначити, що субкультурні групи є відкритими спільнотами й допускають одночасну участь однієї особи в кількох із них. Попри це, для більшості таких спільнот усе ж необхідне специфічне архітектурне середовище. Так, у сучасному світі спостерігається відносно нова для міської культури тенденція – зростання уваги до людей зрілого віку, частка яких у структурі населення неухильно збільшується, а з огляду на поліпшення умов життя їхня фізична й соціальна активність залишається високою. У зв'язку з цим у розвинених країнах уже сьогодні активно адаптують міське середовище до потреб цієї міської субкультури, що проявляється не лише в підвищенні рівня доступності та безбар'єрності архітектурного простору, а й у створенні спеціальних реабілітаційних парків, зон дозвілля та спілкування.

Ще одним наочним прикладом є створення музеїв і культурних центрів різних малих етнічних груп, аж до формування окремих районів їхнього проживання в межах конкретного міста. Подібні приклади наявні практично в кожному великому місті. Так, у Єрусалимі в межах Старого міста існують квартали, названі за етнічною та конфесійною належністю мешканців: Єврейський, Вірменський, Мусульманський і Християнський. У цьому ж контексті можна згадати Турецьку площу в Чернівцях, Французький квартал і Площу Італії в Новому Орлеані, Німецький квартал у Таллінні, Єврейський музей у Берліні за проєктом Даніеля Лібескінда, Інститут арабського світу Жана Нувеля тощо.

Наведені приклади також наштовхують на висновок, що локальна соціокультурна ідентичність за певних умов може трансформуватися в ідентичність значно більшого масштабу. Так, першими осередками втілення екологічного мислення в архітектурному середовищі міст у свій час стали окремі міста з рівнинним рельєфом (Амстердам, Копенгаген тощо), де історично сформувалася субкультура велосипедного транспорту. Згодом ця субкультура поширилася на прилеглі території, набула рис національної ідентичності, а з часом переросла в ідеологію сталого розвитку, що охопила всю західну культуру й цивілізацію. Аналогічно можна стверджувати й щодо Західної цивілізації загалом, яка «виросла» з локальної субкультури грецької демократії.

У цьому контексті доречно зробити висновок про існування прямої залежності між масштабом типу соціальної ідентичності та часовою стійкістю й територіальною поширеністю її норм. Тобто чим більша кількість людей ідентифікує себе з певним типом ідентичності, тим більш стабільними в часі та ширшими за територіальним охопленням є культурні норми відповідної соціальної групи.

Рекомендовані джерела: [26–27].

Питання для самоперевірки

1. Чому поняття «територіальна ідентичність» не має єдиного загальноприйнятого визначення в сучасній науковій літературі?
2. Чому територія не може бути суб'єктом ідентичності і яку роль вона відіграє у формуванні соціальних спільнот?
3. Як тлумачать поняття територіальної ідентичності різні наукові дисципліни – політична географія, урбаністика та маркетинг територій?
4. У чому полягає різниця між «територією» як абстрактним географічним уявленням і простором реальної життєдіяльності людини?
5. Які масштабні рівні територіальної ідентичності можна виділити (континент, держава, регіон, місто, район, квартал) і як вони впливають на самоідентифікацію людини?
6. Чому регіональна ідентичність часто розглядається як модернізований варіант субетнічної ідентичності?
7. Що таке «ідентичність місця» і яким чином особистий досвід людини пов'язаний із конкретними місцями міського середовища?
8. Яким чином локальні територіальні спільноти (сусідства, райони, квартали) формують соціальну структуру міста?
9. Які типи міських субкультур існують і чому вони потребують спеціально організованого архітектурного або громадського простору?
10. Чому різноманітність міських просторів і можливість задоволення потреб різних соціальних та субкультурних груп є важливим фактором розвитку сучасних міст?

Лекція 13 Засоби реалізації різних типів ідентичності в архітектурному середовищі міста

План

1. Ландшафтні засоби.
2. Архітектурно-дизайнерські проєктні засоби.
3. Технолологічні та інженерні засоби.
4. Маркетингові засоби – територіальний брендинг.

Як було показано раніше, архітектурне середовище безпосередньо втілює різні типи ідентичності, що існують у суспільстві. Сьогодні, у зв'язку з формуванням нової «мережевої» моделі міського управління, коли міста стають суб'єктами постіндустріальної економіки та конкурують між собою за людські ресурси, питання виявлення унікальності місця і формування його конкурентної ідентичності стає основою сталого розвитку міст. У цьому контексті доцільно систематизувати ті специфічні засоби, які реалізують різні типи ідентичності в архітектурному середовищі.

Ландшафтні засоби

Робота з ландшафтом – рельєфом земної поверхні, водними ресурсами та зеленими насадженнями є одним із найважливіших засобів формування різних типів ідентичності. Технічні можливості роботи з ландшафтом, зокрема створення штучного рельєфу (насипи, рови, тунелі, штучні острови), організація водних просторів (гавані, мости, канали, системи зрошення, набережні), а також розвиток зелених насаджень (парки, сади, вертикальне озеленення), свідчать про належність до розвиненої цивілізації.

Водночас рівень художнього опрацювання ландшафту, ступінь «окультурення» природного середовища та наявність культурних слідів минулого (археологічних пам'яток) є ознакою розвиненої культури. Наприклад, Об'єднані Арабські Емірати, не маючи значного історичного культурного шару, формують власну культурну ідентичність через створення складних штучних

островів, високотехнологічних паркових зон та масштабних акваріумів. Розвинені традиції садово-паркового мистецтва також сприяють формуванню стійкої культурно-історичної ідентичності.

Ступінь доступності або недоступності ландшафту – як у сенсі свободи його використання і відвідування, так і з точки зору комфорту та пристосованості для людей з різними фізичними можливостями – відображає певну ідеологію. Сюди ж належать законодавчі механізми охорони ландшафту, турбота про відновлюваність природних ресурсів та боротьба із забрудненням довкілля.

Етнічна та регіональна ідентичність безпосередньо пов'язана з належністю до певного ландшафту. Це проявляється у використанні місцевих будівельних матеріалів, характерної колористики, а також у способі життя, зумовленому природно-кліматичними умовами. Природне середовище формує архетипи світосприйняття – лісу, моря, пустелі або гір.

Під час формування деяких типів субкультурної ідентичності ландшафтні засоби також відіграють важливу роль. Насамперед це проявляється у діяльності територіальних спільнот, де залучене проектування архітектурного середовища часто реалізується через ландшафтні рішення: спільне облаштування та догляд за зеленими насадженнями, організація доріжок і покриттів, вибір рослин.

Антропологічна ідентичність, яка здебільшого перебуває у сфері несвідомого, реалізується в належності до землі як такої через цикли народження і смерті (хтонічний міф), а також у пам'яті місць через автопоетичну природу свідомості (міф про самоподібність) і в прагненні освоїти простір через потребу в упорядкуванні (космогонічний міф). Вже стала загальноприйнятою думка про шкоду висотного житла та необхідність володіння землею навіть для мешканців міста, щоб людина мала стійкий зв'язок із ландшафтом.

Архітектурно-дизайнерські проєктні засоби

Культурно-історичний тип ідентичності з точки зору його вираження в архітектурі традиційно пов'язаний із поняттям стилю як системи проєктування. Сучасну загальнокультурну кризу епохи постмодерну більшість дослідників пов'язує саме з кризою «стилю» в архітектурі (Ч. Дженкс, А. Г. Раппапорт). Втративши «великі стилі», сфера архітектури, проте, дозволяє суспільству підтримувати свою належність до культури через трансляцію традиційного архітектурного методу проєктування як особливого способу роботи з формою і змістом.

Окремо в цьому контексті необхідно виділити методологію середовищного підходу до проєктування, яка запропонувала замість категорії «стиль» працювати з категорією «середовища» і поширила на неї принцип цілісності (ансамблевості). Цей спосіб культурної роботи з міським простором на сьогодні є провідним.

Проектні засоби реставрації та реконструкції, спрямовані на збереження архітектурної й археологічної спадщини, також працюють на підтримання культурно-історичного типу ідентичності в суспільстві.

Також необхідно сказати і про розвинену типологію – наявність різних типів громадських будівель і споруд. Їхня велика кількість і доступність також є свідченням культурного розвитку суспільства.

Релігійний тип ідентичності конституюється переважно за рахунок використання під час проєктування вагової семантичної складової – різного роду метафор і символів, що асоціюються з тією чи іншою релігією (конфесією), при цьому традиційна морфологія культових споруд зовсім не є обов'язковою (сучасна тенденція).

Ідеологічний тип ідентичності в архітектурно-дизайнерському проєктуванні відображається різними способами. Одним із основних на сьогодні є масштаб – використання або ігнорування людського масштабу свідчить про поважне або неповажне ставлення до людини. Архітектура тоталітаризму і демократична архітектура є наочним прикладом цього.

Також проєктне опрацювання загальнозначущих цінностей і фундаментальних смислів, втілених в архітектурній формі, безпосередньо свідчить про ідеологію, яку сповідує авторська спільнота. Так, нехтування традиційними (вічними) міфологічними сенсами та архетипами на користь комерційних сенсів приватного капіталу в архітектурі постмодернізму стало ілюстрацією ідеології «суспільства споживання».

Цей «перекіс» у демократичних країнах призвів до серйозних трансформацій у сфері ухвалення рішень і управління проєктами, що сприяло розвитку демократичної «архітектури співучасті», а також розвитку суспільно відкритої системи управління і ухвалення проєктних рішень. Також дизайн архітектурного середовища, архітектурна ергономіка та урбаністика як проєктні дисципліни, по суті, є продуктом демократичної ідеології.

Екологічні тенденції в архітектурно-дизайнерському проєктуванні, засновані на принципах сталого розвитку, відображаються не лише у способах розселення, специфіці формоутворення і використанні «зелених» технологій, а й у роботі з темою унікальності та ідентичності, тобто у підвищеній увазі до особливостей місцевого ландшафту і місцевої спільноти.

Етнічний і регіональний тип ідентичності конституюються як традиційними методами будівництва (вернакуляр), так і проєктними. Серед архітектурно-дизайнерських засобів необхідно окремо виділити семантичні засоби (метафори, символи, архетипи) і морфологічні (композиція, колористика, пластика і фактура поверхні, синтез мистецтв). І тут важливою є не стільки зовнішня трансляція традиційних етнічних (регіональних) ознак, яка в Україні отримала негативну назву «шароварщина», скільки саме відтворення проєктних принципів, архетипів у зв'язку з ландшафтом. Цікаво побачити подібні думки і у Ч. Дженкса: «Житловий комплекс має бути невеликим за масштабом ... і в своїй основі більше базуватися на ремеслі, ніж на високому мистецтві...».

Що стосується субкультурної ідентичності, то образне втілення належності певного середовища або архітектурного об'єкта до конкретної

соціальної групи-замовника повною мірою реалізується лише засобами архітектурно-дизайнерського проектування.

Втілення антропологічного типу ідентичності на сьогодні є певною теоретичною проблемою у сфері архітектурно-дизайнерського проектування. У зв'язку з тим, що цей тип ідентичності здебільшого перебуває в несвідомому, у «архітектурі великих стилів» і в традиційній архітектурі він реалізовувався ніби сам собою і не потребував рефлексії. Знову актуалізувався напрям в архітектурі, спрямований на відновлення втраченого, але без повернення до «великих стилів» – це феноменологія архітектури. Її головним завданням є підтримання «природності» людської природи, а основними архітектурно-дизайнерськими засобами – робота з ландшафтом і природним світлом, змістовне відновлення «природних» міфів і архетипів життя та смерті в морфології архітектурної форми, орієнтованої на тілесність пластики (ритм росту, маса і фактура), а також робота з місцевими матеріалами.

Теоретично можна припустити, що вихід із сучасної кризи архітектури відбудуватиметься саме у цьому напрямку – у відновленні міфу архітектури.

Технологічні та інженерні засоби

На сьогодні технологічні можливості дозволяють реалізувати практично будь-який проєктний задум, і вони продовжують розвиватися: винаходяться нові матеріали, нові технології будівництва, проектування та енергозбереження, нове функціональне обладнання. Таким чином, належність до розвиненої цивілізації та сучасності проявляється у наявності широкого вибору технологічних і технічних можливостей, у рівні новаторства та частоті оновлення (удосконалення) технологій. Яскравим прикладом цього є змагання у будівництві хмарочосів. Водночас розвинені технології та сучасні матеріали дозволяють створювати комфортне міське середовище: освітлення і дорожні покриття, злизову каналізацію та системи збору сміття, системи поливу і безпеки, вуличні меблі та рекламу.

Про належність до розвиненої культури безумовно свідчить увага до традиційних технік будівництва й оздоблення, їх збереження та подальше

відтворення. Тут також необхідно згадати використання традиційних для регіону будівельних матеріалів. Розвиток технологій реставрації, консервації та збереження історичних і археологічних пам'яток також дозволяє спільнотам підтримувати свою культурно-історичну ідентичність.

З точки зору ідеології також можна простежити тенденції формування ідентичності через використання тих чи інших підходів до технологій будівництва і проєктування. Як уже зазначалося раніше, ідеології тоталітарних режимів робили особливий акцент на технологіях, орієнтованих на масштабне і масове виробництво, уніфікацію, дешевизну та використання штучних матеріалів. При цьому технологічні стандарти обмежуються мінімальними фізичними потребами.

Натомість демократична ідеологія навіть у масовому виробництві більшою мірою орієнтується на індивідуальність, відповідно допускає більше різноманіття варіантів і комбінацій, а також «гуманні» стандарти виробництва, що враховують фізичні, ергономічні, психологічні та інші потреби людини.

Різниця також проявляється у просуванні «зелених» технологій, спрямованих на збереження довкілля для майбутніх поколінь. Йдеться про так звані технології негативного енергоспоживання, за яких будинки виробляють більше «чистої» енергії, ніж споживають. Такі технології передбачають використання як сучасних енергозберіжних матеріалів, так і традиційних. Наприклад, у багатьох країнах Європи та Америки зростає попит на житло із солом'яних блоків та солом'яні дахи в індивідуальному будівництві.

Етнічна та регіональна ідентичність формуються переважно через використання традиційних технологій і матеріалів будівництва.

Для антропологічної ідентичності особливе значення має «відбиток живої руки» в матеріалі, тобто ручна праця, яка дозволяє підтримувати автопоезис.

Субкультурна ідентичність у сфері технологій будівництва та проєктування реалізується переважно у двох аспектах – прихильності до «екологічних» або до «сучасних» технологій і матеріалів. Існує певна тенденція, коли технологія будівництва і проєктування стає засобом

утвердження належності до певних субкультур. Це може проявлятися у характерному для «еко-радикалів» будівництві будинків із відходів (шин, пластикових і скляних пляшок), у прихильності «традиціоналістів» до давніх способів будівництва та матеріалів (очерет, солома, глина, камінь, земля, дерево тощо), а також у діяльності різноманітних «новаторів», до яких часто належать і самі архітектори.

Маркетингові засоби – територіальний брендинг

Ситуація глобалізації та мультикультуралізму актуалізувала поняття ідентичності в усій сфері гуманітарного знання, зокрема й в економіці. Із розвитком постіндустріальної економіки міста, так само як і корпорації, стали конкурентами у боротьбі за ресурси, головним із яких у моделі інформаційного суспільства є людський капітал – інвестори, резиденти, туристи. Саме тому принципи бренд-стратегій дедалі частіше запозичуються зі світу бізнесу і застосовуються для розвитку міст. Як відомо, основою бренд-стратегії є принцип унікальності, що дозволяє чітко відрізнити один бренд від іншого, закріплювати його в пам'яті споживача, підвищувати привабливість володіння ним і його економічну цінність.

У західних країнах уже існує низка значних теоретичних досліджень Саймона Анхольта, Кейта Дінні, Еріка Брауна та інших, а також практичний досвід їх реалізації у сфері брендингу територій великих міст, таких як Нью-Йорк, Копенгаген, Амстердам, Франкфурт-на-Майні та інші. Сам термін «брендинг місць» уперше запропонував у 2002 році один із провідних світових фахівців у сфері брендингу Саймон Анхольт.

Анхольт запропонував комплексний міждисциплінарний підхід до брендингу територій на противагу вузькоспеціалізованому підходу, що фокусується лише на одному аспекті території. Для сталого розвитку території та формування її бренду він запропонував виходити з поняття «конкурентної ідентичності», використовуючи як стратегічний ресурс локальну унікальність місця та особливості способу життя його мешканців. Для цього він поєднав у єдину систему шість основних елементів сучасного бренду території: туризм,

експортні бренди, внутрішню і зовнішню політику, інвестиції та імміграцію, культуру і спадщину, людей.

При цьому всі провідні спеціалісти у сфері брендингу наголошують на таких основоположних моментах:

1. Основою брендингу територій є реальність місця, тобто наявна дійсність культурного та повсякденного життя його мешканців.

2. Просування ідеї бренду – це процес її «вирощування» у міському середовищі, яке містить міський простір, інфраструктуру, систему управління та культурне життя міста. Тобто просування бренду в інформаційному просторі повинно бути тісно пов'язане з його реалізацією у предметно-просторовому середовищі.

Ці методологічні положення особливим чином актуалізують роль дизайну міського середовища як проєктної діяльності, здатної найбільш адекватно реагувати на динамічну природу розвитку бренду міста та його близькість до повсякденного життя людини.

В Україні ця тематика значною мірою з'явилася завдяки проведенню Чемпіонату Європи з футболу «Євро-2012», у межах якого передбачалося створення візуального бренду міст-організаторів (Київ, Харків, Донецьк, Львів, Одеса, Дніпро) і розробка ідентичності України як приймаючої країни. Однією з ключових вимог було відповідність розроблюваного візуального бренду реальному духу кожного міста.

Ступінь реалізації цієї відповідності, безумовно, може бути предметом критики, однак важливим є сам факт: реалізація концепції брендингу територій показала, що навіть у такому неоднорідному виконанні інтеграція ресурсів маркетингу, дизайну архітектурного середовища, соціального знання та муніципального управління має значний потенціал для розвитку територій.

Водночас візуальна айдентика бренду (логотип, слоган, брендбук), як концентроване відображення образу території, має велике, але другорядне значення порівняно з реальною предметно-просторовою середою. Тому візуальна айдентика завжди повинна бути результатом реальної стратегії

розвитку, а не намагатися зображувати те, чого насправді не існує. Це добре видно на прикладі деяких українських міст, де створений бренд не має під собою реальної основи і тому не «приживається» та не працює.

Більше того, існують міста, які не мають візуальної айдентики (логотипа чи слогана), але мають бренд. В Україні яскравим прикладом є Львів, який ще до 2012 року не мав офіційного логотипа і слогана «Львів – відкритий для світу», але вже мав бренд «культурної столиці України». Завдяки послідовній реалізації стратегії територіального брендингу Львів сьогодні є одним із найуспішніших міст України за обсягом залучених інвестицій.

Отже, бренд – це не рекламний знак-логотип і не девіз-слоган, а стратегія виявлення та просування локальної унікальності території, джерелом якої є особливості біотопу, культури та способу життя її мешканців. Це комплекс заходів, що містить дизайн архітектурного середовища громадських просторів, пішохідної, велосипедної і транспортної інфраструктури, реставраційні роботи, реконструкцію пам'яток, ландшафтний дизайн, організацію фестивалів і міських свят, створення нових унікальних об'єктів.

У цьому контексті стає очевидним, що територіальний брендинг поряд із медійно-інформаційними та організаційними інструментами обов'язково має містити засоби роботи з предметно-просторовою реальністю. Тобто до розробки стратегій розвитку міста необхідно залучати фахівців у сфері архітектури, які повинні бути компетентними у питаннях виявлення і формування конкурентної ідентичності в архітектурному середовищі міста.

Рекомендовані джерела: [22–31].

Питання для самоперевірки

1. Яким чином архітектурне середовище міста може бути засобом реалізації різних типів соціокультурної ідентичності?
2. Яку роль відіграють ландшафтні засоби (рельєф, вода, зелені насадження) у формуванні культурної та регіональної ідентичності міста?

3. Як рівень технічного освоєння ландшафту може свідчити про належність суспільства до певного рівня цивілізаційного розвитку?
4. Яким чином доступність або недоступність природного середовища відображає ідеологічні установки суспільства?
5. У чому проявляється зв'язок етнічної та регіональної ідентичності з природно-кліматичними умовами та місцевими будівельними матеріалами?
6. Яким чином архітектурно-дизайнерські проєктні засоби (композиція, колористика, пластика, фактура, символіка) можуть передавати культурно-історичну ідентичність?
7. Чому сучасну кризу архітектури дослідники часто пов'язують із кризою поняття стилю?
8. Які особливості ідеологічного типу ідентичності проявляються в архітектурі через масштаб, ставлення до людського масштабу та організацію простору?
9. Яким чином технології будівництва і матеріали можуть виступати засобом формування цивілізаційної, культурної або субкультурної ідентичності?
10. У чому полягає суть концепції територіального брендингу і яку роль у ній відіграє унікальність місця?
11. Чому реальне предметно-просторове середовище міста є більш важливим для формування бренду території, ніж його візуальна айдентика (логотип, слоган)?
12. Чому формування конкурентної ідентичності міста потребує участі архітекторів, урбаністів, дизайнерів середовища та інших фахівців?

Лекція 14 Формування та еволюція концепції сталого розвитку

План

1. Актуалізація екологічної проблематики на порядку денному світової спільноти – виникнення концепції сталості.
2. Критика концепції сталого розвитку («three pillars of sustainability»).
3. Впровадження концепції сталого розвитку в Україні.

Вперше на міжнародному рівні концепція сталого розвитку була сформульована у доповіді Всесвітньої комісії з охорони навколишнього середовища при ООН у 1987 році, де сталий розвиток визначався як розвиток, що задовольняє потреби теперішнього покоління без загрози можливостям майбутніх поколінь. Поштовхом до її формування стала проблема обмеженості природних ресурсів і зростаючого тиску цивілізації на біосферу. У межах цієї концепції було визначено три базові складові – економічну, екологічну та соціальну, збалансований розвиток яких мав забезпечити довгострокову стабільність.

Подальше розгортання цих ідей відбулося на «Саміті Землі» у Ріо-де-Жанейро (1992), де в документі «Порядок денний на XXI століття» («Agenda 21») сталий розвиток був пов'язаний із гармонійним поєднанням якості довкілля, економічного зростання та соціального добробуту. Документ закріплював відповідальність теперішнього покоління за збереження ресурсів планети та визначав соціально-економічні проблеми – бідність, борги, демографічний тиск – як ключові чинники деградації довкілля. Хоча «Agenda 21» мала декларативний характер, вона сформувала глобальний вектор подальших дій.

Ці підходи були конкретизовані на конференції ООН HABITAT II (Стамбул, 1996), результати якої закріплено у Стамбульській декларації та Порядку денному HABITAT. Програма була спрямована на формування сталих людських поселень і зосереджувалася на міському управлінні, плануванні,

житлі, інфраструктурі та зниженні ризиків. На цій основі Україна ухвалила Постанову Верховної Ради України № 1359-XIV від 24.12.1999 р. «Концепція сталого розвитку населених пунктів».

Незважаючи на інституційне закріплення принципів сталого розвитку, наприкінці 1990-х – на початку 2000-х років глобальні проблеми загострювалися. Це стало підставою для проведення Світового саміту «Ріо+10» у Йоганнесбурзі (2002), де було ухвалено Йоганнесбурзьку декларацію та План виконання рішень із чіткими цілями та часовими рамками. Документи знову базувалися на трипільній моделі сталого розвитку, але вперше запропонували конкретні практичні дії, зокрема щодо екологічної стійкості, доступу до води, зменшення бідності та поліпшення умов життя мешканців нетрів.

В Україні ці зобов'язання були відображені у Комплексній програмі реалізації рішень Всесвітнього саміту зі сталого розвитку (2003–2015), однак її реалізація обмежувалася переважно науково-методичними та інституційними заходами. Недостатня ефективність підходу проявилася, зокрема, у частковому використанні бюджетних коштів на розвиток інфраструктури та житлового будівництва, що засвідчило розрив між задекларованими цілями і практичними діями.

Новий етап осмислення сталого розвитку пов'язаний з конференцією ООН «Ріо+20» (2012), де було задекларовано необхідність переходу до зеленої економіки та перегляду індикаторів розвитку. Документ «Майбутнє, якого прагнуть всі» започаткував розробку Цілей сталого розвитку (SDG), що були офіційно затверджені у 2015 році в резолюції Генеральної Асамблеї ООН «Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development». Було сформульовано 17 взаємопов'язаних цілей із системою глобальних, національних і регіональних індикаторів.

Паралельно з інституціоналізацією SDG із 1990-х років посилювалася критика трипільної моделі сталого розвитку («three pillars of sustainability»), зокрема через ігнорування культури або її редукцію до «соціальної» складової. Уже в програмі «UNESCO World Decade for Cultural Development (1988–1997)»

культура розглядалася як умова розвитку, а не його похідна. Ця логіка була закріплена в «Universal Declaration on Cultural Diversity (2001)», де культурне різноманіття прирівнювалося до біорізноманіття.

Подальшим кроком стала концепція «Historic Urban Landscape (2005–2011)», яка інтерпретує місто як культурний процес у часі та розглядає ідентичність як умову управління змінами. У 2013 році «Hangzhou Declaration» прямо зафіксувала культуру як ключ до сталого розвитку, а програма «Culture for Cities and Regions (2014–2017)» запропонувала практичні інструменти інтеграції культури в міську політику.

Вагомий внесок у переосмислення сталого розвитку зробив Пол Джеймс, який запропонував модель «Кіл стійкості», де соціальна сфера була розділена на політичний і культурний домени. У цій моделі культура розглядається як самостійний вимір, що формує сенси та рамки для інших сфер, а сама стійкість тлумачиться як якість способу життя, а не баланс ресурсів.

Проблематика сталого міського розвитку була системно розглянута на конференції ООН HABITAT III (Кіто, 2016), результатом якої стала «Нова програма розвитку міст» («New Urban Agenda»). Документ спирався на «Ціль 11» SDG і передбачав механізми інтегрованої міської політики, інклюзивного управління, просторового планування та фінансування. Хоча культура не була закріплена як окремий стовп, вплив програм ЮНЕСКО та концепції Пола Джеймса чітко простежується в гуманістичній орієнтації документа.

На цьому концептуальному ґрунті у 2019 році ЮНЕСКО розробило «Culture 2030 Indicators» – систему індикаторів для вимірювання внеску культури у сталий розвиток. Особливо значущим став їхній вплив на «Ціль 11», де культура була інтегрована в питання управління, участі громад, доступу до публічних просторів і збереження нематеріальної спадщини. Після 2019 року ці індикатори застосовуються як аналітичний інструмент у містах різних регіонів світу.

Водночас обмеженість «Culture 2030 Indicators» як суто оціночного інструменту зумовила перехід до прикладних рамок. У 2022 році ЮНЕСКО запустило «Cities, Culture, Creativity: Framework», який поєднує підходи «Historic Urban Landscape», «Culture 2030» та «New Urban Agenda» і пропонує операційну модель інтеграції культури та креативності в міські політики. У цій рамці креативність тлумачиться не як індустрія, а як здатність міста до адаптації, інновацій та культурного реагування на виклики.

Таблиця 2 – Чинні міжнародні програми та інструменти сталого розвитку SDG 11

Програма / інструмент	Роки	Статус
«Culture for Cities and Regions»	2015–2017	Завершена (демонстраційна)
«Historic Urban Landscape (HUL)»	з 2011	Чинна (методологія)
«Culture 2030 Indicators»	з 2019	Чинні (індикатори)
«Cities, Culture, Creativity: Framework»	з 2022	Чинний (стратегічна рамка)
«UNESCO Creative Cities Network»	з 2004	Чинна (мережа міст)

Таким чином, ініціативи ЮНЕСКО з кінця XX століття можна розглядати як послідовну спробу трансформації онтології сталого розвитку – від моделі балансування ресурсів до моделі відтворення способів життя. У цьому контексті культура утверджується не лише як «четвертий стовп», а як середовище, в якому інші складові сталого розвитку набувають сенсу.

Сприйняття міського середовища як культурного ресурсу виходить за межі охорони спадщини. Як наголошує Ян Гейл: «Спочатку життя, потім простір, потім будівлі», а також «an endless number of green buildings don't make a sustainable city». Відповідно, найважливішим чинником сталого розвитку є якість локального суспільного простору, а не лише технологічні «зелені» рішення.

Саме на цьому принципі сформувалися напрями «Сталий урбанізм» («Sustainable urbanism»), «Створення місць» («Placemaking») тощо, а також актуалізувалася проблематика взаємодії глобалізації та локальної ідентичності міського середовища.

Упровадження концепції сталого розвитку в Україні

Імплементація положень сталого розвитку в Україні розпочалася із затвердження Державної стратегії регіонального розвитку до 2020 року (Постанова КМУ № 385 від 06.08.2014 р.) та Указу Президента «Україна 2020» (12.01.2015 № 5/2015). Основний акцент було зроблено на законодавчо-інституційній адаптації до європейських підходів, при цьому історико-культурний потенціал України декларувався як конкурентна перевага.

У 2017–2019 роках підготовлено Національну доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна» та запропоновано проекти стратегії сталого розвитку до 2030 року, які не були ухвалені. Указ Президента «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» (2019 р.) мав переважно декларативний характер.

Державна стратегія регіонального розвитку України на 2021–2027 роки (2020, ред. 2025) формально узгоджена з «Agenda 2030» та «Цілями сталого розвитку», однак їхня імплементація має технократичний характер. SDGs використовуються як інструмент координації індикаторів і фінансування, а не як культурна чи світоглядна модель розвитку територій.

Культурний вимір у Стратегії поданий обмежено й секторально: культура розглядається як ресурс туризму, креативних індустрій або охорони спадщини, а не як системоутворювальний чинник стійкості громад. На відміну від підходів ЮНЕСКО («Culture 2030 Indicators», «Cities, Culture, Creativity Framework»), культура не тлумачиться як горизонтальний вимір розвитку.

Це підтверджує «Звіт про проведення моніторингу реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки...», де культура не виступає самостійним об'єктом планування й моніторингу. Індикатори зосереджені на туризмі, інфраструктурі та фіксації втрат спадщини, що засвідчує розрив між формальною орієнтацією на SDGs і реальною управлінською практикою.

Отже, попри юридичне декларування SDGs, Стратегія не передбачає системної інтеграції культурного виміру в політику розвитку регіонів і міст, що відрізняє український підхід від практик окремих країн ЄС.

Узагальнюючи, можна зробити такі висновки: впровадження цілей сталого розвитку в Україні відбувається повільно; індикатори зосереджені переважно на екологічних та економічних показниках; архітектурно-містобудівні та предметно-просторові аспекти якості міського середовища фактично не враховуються.

За браком цілісної державної програми сталого розвитку практичні ініціативи реалізуються переважно на місцевому рівні. Важливу роль відіграють громадські ініціативи «знизу-вгору», зокрема проєкти «Інший шлях» (Харків), «PLAN Z» (Жмеринка), «Лабораторія Міського Простору» (Добропілля), що сприяють ревіталізації публічних просторів і збереженню локальної культурної ідентичності.

Рекомендовані джерела: [30–38].

Питання для самоперевірки

1. Які історичні, економічні та екологічні виклики другої половини ХХ століття зумовили появу концепції сталого розвитку?
2. У чому полягає основна критика класичної трикомпонентної моделі сталого розвитку з позицій культурного виміру?
3. Чому ЮНЕСКО розглядає культуру не як підрозділ соціальної сфери, а як самостійний системоутворювальний вимір сталого розвитку?
4. Як і з якою метою були запроваджені «Culture 2030 Indicators», і чим вони відрізняються від програми «Culture for Cities and Regions»?
5. Який внесок підходу «Кола стійкості» Пола Джеймса у переосмислення поняття сталості міст і територій?

6. У чому полягає непрямий, але концептуально важливий вплив ЮНЕСКО та Пола Джеймса на формування «New Urban Agenda» (HABITAT III)?

7. Чому «SDG 11» («Стійкі міста та громади») стала ключовою ціллю для інтеграції культурного виміру на міжнародному рівні?

8. Як Україна формально імплементувала Цілі сталого розвитку ООН у Державній стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки?

9. Яке місце посідає культура в Державній стратегії регіонального розвитку та в Планах заходів до неї, і в чому полягає основне обмеження такого підходу?

Лекція 15 Стратегії формування локальної унікальності в архітектурному середовищі на різних містобудівних рівнях: мегарівень

План

1. Традиції формування конкурентної ідентичності міст.
2. Формування локальної унікальності міст на мегарівні: Роттердам та Берлін.
3. Формування локальної унікальності міст Рурського регіону.
4. Формування локальної унікальності міст Нового урбанізму.

Проблема індивідуальності міст і формування їхнього унікального образу має тривалу історію, яка сягає ще античних часів. Давньоримський архітектор Вітрувій, розмірковуючи про походження архітектурних ордерів, зазначав, що їхні назви пов'язані з назвами народів і регіонів, де вони сформувалися, – дорійців, іонійців та коринфян. Уже в цей період архітектурні форми та просторові рішення відігравали роль символів культурної і територіальної ідентичності. У межах давньогрецького світу окремі міста мали чітко визначені функції та символічні ролі. Спарта асоціювалася з військовою суворістю та дисципліною, Афіни виступали центром політичного життя, торгівлі й культури, Дельфи та Олімпія відігравали роль релігійних центрів, тоді як інші міста зберігали історичну пам'ять і міфологічні традиції. Таким чином, навіть на відносно невеликій території формувалася система відмінностей між містами, яка створювала їхню символічну ідентичність. У сучасній термінології такі явища можна тлумачити як ранні прояви територіального брендингу, коли певний образ міста формується через культурні, політичні та архітектурні особливості.

У сучасному світі проблема формування міської ідентичності набуває нового значення у зв'язку з глобальною конкуренцією між містами. Міста виступають активними суб'єктами економічних і соціальних процесів, прагнучи залучати інвестиції, людські ресурси та туристів. У цьому контексті

важливу роль відіграє поняття бренду міста, який можна визначити як конкурентну ідентичність території. Бренд формується на основі реальних характеристик міського середовища, історичних і культурних особливостей, економічної спеціалізації та природних умов. Стратегія розвитку міста має бути спрямована на культивування позитивної відмінності від інших міст, підкреслюючи його унікальні характеристики. Водночас бренд не може бути штучно створеним або відірваним від реального стану міського середовища. Він повинен відображати існуючі особливості міста та водночас стимулювати їх подальший розвиток.

Формування конкурентної ідентичності міста передбачає врахування багатьох чинників. Серед них важливу роль відіграють природні характеристики території, такі як географічне положення, клімат, особливості ландшафту та природних ресурсів. Не менш значущими є культурно-історичні фактори, до яких належать традиції, мова, вірування та історична спадщина. Важливим компонентом є також спосіб життя населення та економічна діяльність, які формують соціально-культурний контекст міського середовища. Усі ці фактори разом створюють основу локальної унікальності, що стає фундаментом для формування бренду міста.

Одними з перших країн, де концепція територіального брендингу отримала системне застосування, стали Нідерланди. Значну роль у популяризації цієї концепції відіграв професор Ерік Браун, який сприяв її впровадженню на державному рівні. Після успішної реалізації стратегії розвитку Роттердама більшість нідерландських міст почали застосовувати подібні підходи. Особливістю цієї моделі стало те, що вона не обмежувалася використанням ефектної архітектури або дизайнерських рішень, а базувалася на глибокому аналізі локальної унікальності кожного міста. З огляду на цей аналіз, розроблялися стратегії розвитку, спрямовані на залучення різних соціальних груп – інвесторів, туристів або резидентів. У деяких випадках пріоритетною групою ставали інвестори, в інших – туристи або висококваліфіковані спеціалісти.

Масштабні трансформації міського середовища зазвичай відбуваються на мега-рівні, коли зміни охоплюють місто загалом. Такі трансформації часто пов'язані з важливими історичними подіями або кризовими ситуаціями. До них належать відновлення міст після воєнних руйнувань, зміна політичного статусу територій, перенесення столиць або створення нових міст. У різні історичні періоди створення нових столиць використовувалося як засіб формування нової державної ідентичності. Серед відомих прикладів можна назвати Константинополь, Вашингтон, Бразилія та інші міста, що створювалися для символічного утвердження нової політичної або культурної реальності.

Після Другої світової війни значна частина європейських міст була майже повністю зруйнована. Перед урядами і архітекторами виникло складне завдання не лише фізичного відновлення міст, але й формування нового образу, який би відповідав сучасним соціально-економічним умовам. Одним із найбільш показових прикладів такої трансформації став Роттердам. Після війни місто тривалий час залишалося депресивним постіндустріальним центром із високим рівнем безробіття та соціальних проблем. Під час розроблення стратегії розвитку розглядалися два варіанти: реконструкція історичного образу традиційного голландського міста або формування нового образу сучасного міжнародного центру. Було обрано другий варіант.

Основою стратегії розвитку Роттердама стали принципи інноваційності та космополітизму. Було здійснено масштабну модернізацію міської інфраструктури, розвиток портових і логістичних функцій, а також стимулювання економіки послуг. Важливим елементом нової ідентичності міста стало формування сучасного архітектурного образу. До проектування будівель були залучені відомі архітектори світового рівня, а нові райони отримали виразний сучасний характер. Символом нового Роттердама став міст Еразмус, що з'єднав береги річки Маас і став одним із головних архітектурних символів міста.

Важливу роль у трансформації міста відіграла також реконструкція району Коп ван Зюйд. Ця територія, яка раніше мала промисловий характер,

була перетворена на сучасний діловий і житловий район. Історичні будівлі були адаптовані до нових функцій: колишні склади перетворилися на готелі, ресторани та культурні центри. Одночасно створювалися нові громадські простори, набережні, парки та об'єкти сучасного міського дизайну.

Не менш важливим прикладом трансформації міста є реконструкція Берліна після об'єднання Німеччини у 1989 році. Після війни Берлін утратив значну частину промисловості та фінансових установ, що перемістилися до інших міст. Тому стратегія розвитку міста була спрямована на формування постіндустріальної економіки, основу якої становили культура, освіта, наука та креативні індустрії. Велику роль у цьому процесі відіграли численні культурні установи – музеї, театри, концертні зали та галереї. Вони стали важливим фактором привабливості міста для туристів і творчих професіоналів.

Важливим символом нового етапу розвитку Берліна стала реконструкція будівлі Рейхстагу зі скляним куполом, що символізував відкритість демократичної влади. У містобудівному плануванні було використано історичну структуру міста XIX століття, а сучасна архітектура доповнила її новими об'єктами. У результаті було сформовано нову ідентичність Берліна як центру науки, культури та інновацій.

Цікавим прикладом трансформації постіндустріального регіону є Рурська область у Німеччині. У XX столітті цей регіон був одним із найбільших центрів вугільної та металургійної промисловості Європи. Проте криза індустріальної економіки призвела до закриття підприємств і втрати сотень тисяч робочих місць. Для подолання цієї кризи було розроблено комплексну стратегію розвитку, спрямовану на диверсифікацію економіки та формування нової регіональної ідентичності.

Одним із ключових елементів цієї стратегії стало збереження індустріальної спадщини. Колишні шахти, заводи та інші промислові об'єкти були перетворені на музеї, культурні центри та ландшафтні парки. Було створено туристичний маршрут «Шлях індустріальної культури», що об'єднує

десятки об'єктів індустріальної спадщини та сотні кілометрів туристичних маршрутів.

У межах регіону кожне місто отримало власну спеціалізацію. Наприклад, місто Ботроп сформувало туристичний бренд на основі індустріальної спадщини, тоді як місто Віттен зробило акцент на розвитку освіти, науки та екологічної інфраструктури. Такий підхід дозволив сформувати унікальні локальні бренди в межах одного регіону.

Окремим напрямом формування сучасної міської ідентичності є створення нових поселень на основі концепції Нового урбанізму. Цей підхід передбачає створення антропоорієнтованого середовища, спрямованого на комфортне життя людини. Основними характеристиками таких поселень є компактна забудова, розвинена зелена інфраструктура, пішохідні простори, велосипедні доріжки та використання енергоефективних технологій.

Важливою особливістю таких поселень є формування середовища, яке сприяє соціальним комунікаціям і створенню спільнот. Архітектурне середовище в цьому випадку виступає не лише як фізичний простір, але й як інструмент формування соціальної ідентичності. Житло у таких поселеннях – це індивідуальні будинки традиційної форми, що забезпечує зв'язок людини з природним ландшафтом.

Таким чином, формування конкурентної ідентичності міста є складним багатофакторним процесом, що поєднує архітектурні, економічні, соціальні та культурні аспекти розвитку. У сучасному світі міста змушені активно конкурувати між собою за інвестиції, туристів і людські ресурси. Саме тому створення унікального образу міста стає важливим інструментом його розвитку. Успішні стратегії формування міської ідентичності поєднують збереження історичної спадщини, інноваційну архітектуру, розвиток інфраструктури, культурні ініціативи та екологічні рішення. Такий комплексний підхід дозволяє містам не лише зберігати власну унікальність, але й успішно інтегруватися у глобальні економічні та культурні процеси.

Рекомендовані джерела: [39–43].

Питання для самоперевірки

1. Які історичні обставини зумовили необхідність розроблення нової стратегії розвитку Роттердама після Другої світової війни?
2. Які два основні підходи до відновлення Роттердама розглядалися під час вибору стратегії розвитку міста?
3. Чому міська влада Роттердама віддала перевагу стратегії відновлення ролі міста в економіці, культурі та політиці, а не відтворенню традиційного образу?
4. У чому полягає концепція територіального бренду «Rotterdam – World Port – World City»?
5. Чому у стратегії розвитку Берліна було зроблено акцент на культурі, освіті, науці та креативних індустріях?
6. Яку роль у формуванні нового статусу Берліна відіграло залучення відомих архітекторів і створення нових архітектурних символів міста?
7. Які соціально-економічні передумови зумовили необхідність реконструкції Рурського регіону?
8. Які типи ідентичності були активізовані під час трансформації Рурського регіону після занепаду індустріального виробництва?
9. Які принципи Нового урбанізму застосовуються під час створення сучасних малих поселень і як вони впливають на формування екологічної, соціальної та антропологічної ідентичності міських спільнот?

Лекція 16 Стратегії формування локальної унікальності в архітектурному середовищі на різних містобудівних рівнях: макро та мікрорівень

План

1. Поняття конкурентної ідентичності міст.
2. Стратегії трансформації міст у постіндустріальну епоху на макрорівні.
3. Європейські приклади формування міських брендів: Більбао, Валенсія, Арнем, Зутермер, Лунд та Гдиня.
4. Локальні ініціативи та мікрорівень формування міської ідентичності.

Стратегії макрорівня передбачають формування ідентичності міста на рівні окремих районів, великих міських систем та інфраструктур. В історії містобудування відомо чимало прикладів цілеспрямованого формування нової ідентичності за допомогою архітектури та просторових перетворень. У минулі історичні періоди такі процеси часто були пов'язані з насильницькими політичними змінами, колонізацією чи окупацією, коли нова влада намагалася утвердити власну культурну та політичну приналежність території через зміну архітектурного образу міста.

У сучасних умовах, коли домінують демократичні принципи розвитку та концепція сталого розвитку, трансформація міського середовища має інший характер. Основними напрямками стають реконструкція депресивних територій, ревіталізація промислових зон, розвиток громадських просторів і модернізація міської інфраструктури. До таких підсистем належать парки, сквери, набережні, велоінфраструктура, спортивні та дитячі майданчики. Саме через розвиток цих компонентів формується сучасна ідентичність міста та його конкурентоспроможність у глобальному середовищі.

Одним із найвідоміших прикладів комплексного формування нової міської ідентичності є реконструкція іспанського міста Більбао. На початку 1980-х років місто, населення якого становило близько 350 тисяч осіб, переживало серйозну кризу, пов'язану із занепадом індустріального

виробництва. Уздовж річки Нервіон розташовувалися численні портові та промислові споруди, більшість з яких не використовувалася. У межах переходу до економіки послуг було розроблено довгострокову стратегію розвитку агломерації Більбао. Цей процес також був пов'язаний із політичною децентралізацією Іспанії та наданням автономії Країні Басків.

Основною метою стало формування нового конкурентоспроможного бренду міста – столиці регіону, здатної приваблювати інвесторів, туристів та нових мешканців. Ключовими інструментами реалізації цієї стратегії стали містобудівне планування, розвиток транспортної інфраструктури та інноваційна архітектура. Серед найважливіших кроків можна відзначити перенесення портових функцій, розвиток метро та мостів, будівництво аеропорту, нових стадіонів і хмарочосів.

Паралельно було реалізовано масштабні екологічні проекти: очищено річку, створено набережні, парки та рекреаційні зони загальною площею понад 200 гектарів, активно розвивалася велоінфраструктура та пішохідні простори. Важливою складовою стала також модернізація культурної та освітньої інфраструктури. У місті було створено нові університетські кампуси, культурні установи та музеї, серед яких особливу роль відіграв Музей Гуггенхайма, що став символом нової архітектурної ідентичності Більбао.

Водночас важливо підкреслити, що архітектура «зіркових» архітекторів була лише одним із елементів комплексної стратегії. Поряд із новими об'єктами велика увага приділялася збереженню історичних районів старого міста, реставрації архітектурних пам'яток та підтримці традиційної культури регіону. Саме поєднання інноваційності та локальної унікальності забезпечило успіх трансформації Більбао.

Успішний досвід Більбао став прикладом для багатьох інших міст. Подібну стратегію використала і Валенсія, яка наприкінці 1990-х років також розпочала масштабну трансформацію колишніх промислових територій. Метою стало формування нового бренду міста як глобального середземноморського центру.

Стратегія розвитку Валенсії реалізовувалася у кілька етапів. На першому етапі було сформовано стратегічний план розвитку, у якому місто позиціонувалося як інноваційний центр, «зелене європейське місто», відкрите до моря та міжнародної співпраці. Важливим елементом стала реалізація масштабного проєкту «Сади Турії», створеного на місці осушеного русла річки.

Другий етап був пов'язаний із реконструкцією старого порту та проведенням міжнародної регати «Кубок Америки», що сприяло активному залученню інвестицій. У цей період також було збудовано масштабний архітектурний комплекс «Місто мистецтв і наук» за проєктом Сантьяго Калатрави.

На наступних етапах розвитку місто продовжило формувати імідж наукового та культурного центру Середземномор'я. Було реалізовано нові спортивні та культурні об'єкти, розвивалася транспортна інфраструктура, планувалися нові житлові райони та громадські простори.

Подібні стратегії застосовувалися і в інших містах світу, серед яких Гамбург, Франкфурт, Роттердам, Дубай, Торонто, Лондон та Барселона. Водночас у багатьох випадках надмірна орієнтація лише на ефектну архітектуру призводила до спрощення комплексної моделі розвитку, що й спричинило появу критичного терміна «ефект Більбао».

Поряд із прикладами, де головну роль відіграє інноваційна архітектура, існують і міста, що формують власний бренд на інших засадах. Серед них можна назвати нідерландські міста Арнем і Зутермер, шведський Лунд та польську Гдиню.

Арнем обрав стратегію розвитку, що поєднує екологічність та креативність. Місто активно розвиває енергетичні інновації, що відобразилося у формуванні бренду «Арнем – електрична столиця Нідерландів». Значна увага приділяється озелененню, розвитку велоінфраструктури та гуманістичним принципам проєктування міського середовища. Паралельно формувалася культурна інфраструктура: відкривалися музеї, мистецькі інституції та освітні

заклади. У результаті місто сформувало бренд «Made in Arnhem», який об'єднує різні сфери діяльності, пов'язані з творчістю та екологією.

Інший приклад – місто Зутермер, яке позиціонує себе як «місто відпочинку». Історично воно формувалося як місто-супутник Гааги, однак згодом тут активно розвинулася індустрія розваг, зелена архітектура та рекреаційна інфраструктура. Комфортне середовище життя та екологічна якість міського простору сприяли залученню інвестицій і появі великих технологічних компаній.

Шведське місто Лунд обрало іншу модель розвитку – формування бренду на основі наукових досліджень та освіти. Місто розвивається як центр інноваційних технологій, де на базі університету було створено технопарки, дослідницькі центри та високотехнологічні підприємства. Завдяки цьому Лунд позиціонується як «місто ідей», що приваблює вчених, студентів та висококваліфікованих спеціалістів із різних країн. Водночас велика увага приділяється якості міського середовища – розвитку зелених зон, енергоефективних технологій та велосипедної інфраструктури.

Цікавим прикладом сучасного територіального брендингу є також польське місто Гдиня. Його унікальна стратегія розвитку базується на архітектурній спадщині модернізму. Місто активно розвивалося у міжвоєнний період як порт і будувалося переважно в стилі модернізму, через що отримало назву «Біле місто». Після Другої світової війни значну частину забудови було відновлено саме в цьому стилі.

Наприкінці ХХ століття Гдиня вирішила зробити модерністську архітектуру основою власного бренду. Стратегія розвитку передбачала збереження історичної модерністської забудови та продовження цієї традиції у сучасній архітектурі. Більшість нових будівель, зведених після 1990-х років, демонструють вплив модерністських принципів. Серед них – Музей Гдині, Морський університет, Поморський науково-технологічний парк, громадський центр INFOBOX та інші об'єкти.

Важливе місце у розвитку міста займає також дизайн. Гдиня позиціонує себе як перше польське «місто дизайну», активно працює з міськими спільнотами та проводить численні культурні події, зокрема міжнародний фестиваль Gdynia Design Days. Такі ініціативи сприяють формуванню сучасного образу міста та залученню творчих індустрій.

Окремо варто згадати бренд-стратегії малих міст і сіл України. У багатьох випадках їхня ідентичність формується на основі традиційних ремесел та народного декоративно-ужиткового мистецтва. Прикладами можуть бути центри гончарства в Опішні та Бубнівці, петриківський розпис, ярмаркова культура Сорочинців, ткацькі традиції Решетилівки та Коломиї, виробництво рушників у Кролевці та Дігтярях, різьблення по дереву у Косові та Вижниці.

У сучасних умовах з'являються і нові ініціативи брендингу малих поселень. Наприклад, у селі Бобриця Київської області було організовано арт-фестиваль «Том Соєр Фест», під час якого звичайні сільські паркани перетворилися на художні об'єкти. Однак ефективність таких стратегій можна буде оцінити лише з часом.

Таким чином, формування конкурентної ідентичності міста на макрорівні передбачає комплексний підхід, що містить розвиток інфраструктури, екології, культурних інституцій та архітектурного середовища. У сучасній постіндустріальній економіці міста змушені конкурувати між собою за інвестиції, туристів і людські ресурси. Тому створення комфортного, екологічного та культурно привабливого середовища стає не лише питанням якості життя мешканців, але й необхідною умовою успішного розвитку міста в глобальному світі.

Стратегії мікрорівня

Стратегії мікрорівня пов'язані з формуванням ідентичності в архітектурному середовищі міста на рівні локальних місць. У сучасних умовах розвитку економіки інформаційного суспільства основним ресурсом стає людський капітал, а міста перетворюються на активних суб'єктів глобального ринку. У зв'язку з цим вони стикаються з проблемою конкуренції за людські

ресурси, інвестиції та культурний статус. Паралельно зі зростанням ролі економічних факторів відбувається трансформація системи міського управління: ієрархічно-підпорядкована модель поступово змінюється більш демократичною, у якій значно зростає роль міських спільнот. Саме міське середовище стає головним полем реалізації цих процесів. Таким чином можна виділити два взаємопов'язані напрями: конкуренцію міста як суб'єкта за людські ресурси та участь міських спільнот у формуванні образу і розвитку міста.

Успішна реалізація цих процесів потребує вироблення стратегії конкурентної ідентичності, що ґрунтується на унікальності конкретного міста та способу життя його мешканців. На макро- та мегамістобудівних рівнях такі стратегії здебільшого реалізуються через концепції, що виражають або втілюють певну айдентику за допомогою масштабних містобудівних рішень, архітектурних образів або інфраструктурних перетворень. Натомість на мікрорівні відбувається безпосередній контакт між міським середовищем і людиною. Саме цей рівень повсякденного життя часто визначає, чи стане обрана стратегія життєздатною. Тут перетинаються два типи ініціатив: ініціативи «згори вниз», що походять від органів влади та інституцій, та ініціативи «знизу вгору», які виникають безпосередньо у середовищі міських спільнот. Нерідко саме локальні ініціативи стають джерелом тієї унікальності, що згодом формує ширшу стратегічну концепцію розвитку міста.

Одним із показових прикладів такого процесу є район Шордич у Лондоні. На початку 2000-х років цей район характеризувався занедбаною житловою забудовою, депресивними промисловими територіями та несприятливою екологічною ситуацією. Проте поширення молодіжних субкультур, стріт-арту, графіті та специфічної моди, пов'язаної з вінтажною культурою, поступово змінило його образ. Район перетворився на популярний культурний осередок, що почав приваблювати креативний клас, туристів і нових мешканців. Це спричинило зростання вартості нерухомості та значний приплив інвестицій. Старі промислові будівлі почали перетворюватися на лофти, галереї, майстерні,

магазини та заклади громадського харчування. Водночас відбувалося покращення транспортної інфраструктури та екологічної ситуації. У результаті Шордич сформувався як своєрідний бренд – «епіцентр творчості», а Лондон отримав додатковий імідж одного з центрів сучасного вуличного мистецтва.

Подібні процеси територіального брендингу на основі міських субкультур спостерігаються в багатьох європейських містах. До таких прикладів належать окремі райони Парижа, Будапешта, Берліна, Копенгагена, Амстердама, Мадрида, Барселони, Тель-Авіва, Стамбула та Кракова. У цих випадках саме культурна активність локальних спільнот, художників і представників креативних професій формує нову привабливість територій. Вуличний дизайн і стріт-арт, які раніше часто сприймалися як прояви вандалізму або хуліганства, поступово почали розглядатися як культурний ресурс і туристична атракція. Міські субкультурні об'єкти входять до туристичних маршрутів, екскурсій та культурних програм.

Подібні тенденції можна спостерігати і в українських містах, зокрема в Києві, Харкові та Вінниці, де з'явилися масштабні мурали та графіті-проекти. Водночас важливо підкреслити, що в успішних європейських прикладах креативні ініціативи виникали переважно у депресивних районах із дешевим житлом і формували природне середовище життя молодіжних субкультур. У разі підтримки таких ініціатив міською владою або культурними інституціями вони можуть перетворюватися на значущі культурні явища. Прикладом такого підходу в Україні став «Літературний проєкт», створений у Харкові студентами художніх навчальних закладів, у межах якого депресивні поверхні міського середовища були використані для художніх інтервенцій.

Окрім стріт-арту та вуличного дизайну, важливим напрямом розвитку міського середовища стали урбанізовані сади. Такі ініціативи часто виникають як спроба локальних спільнот освоїти занедбані або невикористані міські території. Вони сприяють соціальній комунікації, інтеграції жителів і формуванню нових форм колективної діяльності. Відомим прикладом є урбаністичний сад Prinzessinnengarten у берлінському районі Кройцберг.

Спочатку він виник як локальна ініціатива з освоєння пустиря, але згодом став важливою частиною бренду району, який асоціюється з креативною молоддю, а також частиною загального образу Берліна як міста сталого розвитку. Подібні проєкти існують у багатьох містах Європи, зокрема у Копенгагені, Амстердамі, Парижі та Києві.

У 2010-х роках для позначення таких практик закріпився термін «placemaking». Плейсмейкінг означає комплексний підхід до організації громадських просторів, спрямований на перетворення звичайних територій – вулиць, площ або занедбаних ділянок – на комфортні місця для спілкування, відпочинку та спільної діяльності. Основними характеристиками цього підходу є активна участь місцевих спільнот у створенні та розвитку простору, поєднання функціональних і культурних аспектів середовища, а також формування відчуття причетності мешканців до певного місця. Плейсмейкінг спрямований передусім на підвищення якості життя та формування локальної ідентичності. Існують навіть спеціалізовані організації та бюро, що займаються такими практиками, зокрема міжнародна команда «Project for Public Spaces».

Цікавим прикладом реалізації подібного підходу є парк Superkilen у Копенгагені. Цей проєкт був створений у районі з багатонаціональним населенням, де проживають представники різних етнічних і культурних спільнот. Розробка парку здійснювалася у співпраці з місцевими жителями та враховувала специфіку соціального середовища. Простір парку складається з трьох основних зон – червоної, чорної та зеленої, – які мають різне функціональне призначення: активний відпочинок, спілкування та прогулянки. Дизайн малих архітектурних форм відображає мультикультурний характер району: окремі елементи запозичені з різних країн і символізують різноманітність місцевих спільнот. Таким чином, парк став не лише рекреаційним об'єктом, а й символом культурного різноманіття та соціальної інтеграції.

В Україні також можна знайти приклади подібних ініціатив. Серед них громадський простір «Sunday» в Одесі, створений у дворі колишнього літнього

кінотеатру, двір Києво-Могилянської академії на Іллінській вулиці, а також простір «Петровська, 34» у Києві, де відбуваються культурні події та зустрічі творчих спільнот. Усі ці проєкти виникли завдяки активності місцевих ініціатив і демонструють потенціал громадської участі у формуванні міського середовища.

Ще одним важливим напрямом сучасного розвитку міських просторів є створення так званих «healing spaces» – терапевтичних середовищ, спрямованих на зниження стресу та підтримку здоров'я. Такі простори орієнтовані насамперед на людей старшого віку, а також на осіб із особливими потребами, які часто не мають достатньо можливостей для комфортного перебування у традиційній структурі міського середовища. Раніше подібні простори створювалися переважно на територіях лікарень, хоспісів або будинків для людей похилого віку. Однак сьогодні дедалі більше міст прагнуть інтегрувати їх у загальну систему міського простору. У цьому контексті особливого значення набувають безбар'єрність середовища, наявність рекреаційних зон і доступність природних ландшафтів. В Україні подібну функцію часто виконують парки, сформовані навколо природних джерел води, зокрема Саржин Яр у Харкові або Пуца-Водиця у Києві.

Окремим напрямом формування конкурентної ідентичності міста є створення культурних центрів на базі колишніх промислових або занедбаних об'єктів, які раніше були освоєні представниками вуличних субкультур. Прикладом є арт-центр «59 Rivoli» у Парижі, який виник у результаті сквотування будівлі групою художників. Після співпраці з міською владою цей простір був легалізований і перетворився на популярний культурний центр, де проводяться виставки та працюють художники. Подібний підхід застосовано і в культурному центрі «Sjakket» у Копенгагені, створеному у реконструйованій будівлі колишнього заводу. У процесі реконструкції було збережено елементи вуличної культури, зокрема графіті, які стали частиною художнього образу будівлі.

В Україні також з'являються подібні проєкти ревіталізації промислових територій. До них належать арт-простір «Por»t у Києві, створений у реконструйованих складських приміщеннях, а також культурна інституція «Фабрика повидла» у Львові. Окремим прикладом є платформа культурних ініціатив «IZOLYATSIYA», яка була заснована на території колишнього заводу ізоляційних матеріалів у Донецьку та згодом була переміщена через військові події. Такі приклади демонструють можливості перетворення занедбаних індустриальних об'єктів на важливі культурні та соціальні центри міського життя.

Отже, стратегії мікрорівня відіграють важливу роль у формуванні сучасної міської ідентичності. Вони поєднують культурні ініціативи, громадську активність, просторові перетворення та нові соціальні практики. Саме на цьому рівні відбувається безпосередня взаємодія між містом і його мешканцями, що визначає успішність більш масштабних стратегій розвитку міського середовища.

Рекомендовані джерела: [44–49].

Питання для самоперевірки

1. Що означає поняття конкурентної ідентичності міста у сучасному містобудуванні?
2. Які основні відмінності між індустриальною та постіндустріальною моделлю розвитку міста?
3. Які інструменти використовуються для формування міського бренду на макрорівні?
4. У чому полягає стратегія реконструкції міста Більбао і чому її вважають успішною?
5. Що означає термін «ефект Більбао» та які його обмеження?

6. Які основні напрями розвитку були закладені у стратегії трансформації Валенсії?
7. Яким чином міста Арнем і Зутермер формують власну ідентичність без використання «зіркової» архітектури?
8. Які фактори стали основою бренду Лунда як «міста ідей»?
9. Чому архітектура модернізму стала основою бренду Гдині?
10. Яку роль у формуванні сучасної міської ідентичності відіграють міські спільноти, плейсмейкінг і локальні культурні ініціативи?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. London K. Architectural Research Methods [Electronic resource] / Kerry London, Michael Ostwald // Nexus Network Journal. – Electronic text data. – 2024. – Vol. 6. – P. 51–53. – Regime of access: <https://doi.org/10.1007/s00004-004-0006-7>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.
2. Groat L. N. Architectural Research Methods [Electronic resource] / Linda N. Groat, David Wang. – Electronic text data. – Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons, Inc., 2015. – Regime of access: https://nexosarquisucr.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/03/architecturalresearchmethods-groat_wang.pdf, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.
3. Сьомка С. В. Основи дизайну архітектурного середовища : підручник / С. В. Сьомка. – Київ : НАКККиМ, 2019. – 464 с. – Існує електрон. версія. (Режим доступу: <https://www.tkfk.te.ua/wp-content/uploads/2025/02/СЬОМКА-С.В.-Основи-дизайну-архітектурного-середовища.-П.pdf>, вільний).
4. Smirnova O. V. History of architecture, urban planning, arts and design. The ancient world : lecture notes (for applicants of the first (bachelor) level of higher education full-time study in specialty 191 – Architecture and urban planning) / O. V. Smirnova ; O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv. – Kharkiv : O. M. Beketov NUUE, 2024. – 115 p. – Існує електрон. версія. (Режим доступу: <https://eprints.kname.edu.ua/66115/1/2024%2080%D0%9B%20%D0%A1%D0%BC%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9E.%20%D0%92.pdf>, вільний).
5. Божинський Н. І. Історія мистецтв : навч. посіб. / Н. І. Божинський ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». – Полтава : ДЗ «ЛНУ ім. Тараса Шевченка», 2024. – 150 с. – Існує електрон. версія. (Режим доступу: https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/11017/ІСТОРИЯ_М_ИСТЕЦТВ_підручник_Божинський_8_серпня.pdf?sequence=1&isAllowed=y, вільний).

6. Holst J. The Fall of the Tektōn and The Rise of the Architect: On The Greek Origins of Architectural Craftsmanship [Electronic resource] / J. Holst // Architectural Histories. – Electronic text data. – 2017. – Vol. 5, no. 1. – P. 1–12. – Regime of access: <https://pdfs.semanticscholar.org/a700/721f2efe31da2bdb602e24f2a7e285b94e05.pdf>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

7. Koponen A. K. Roman Architects in Athens (200–10 BC) [Electronic resource] / A. K. Koponen. – Electronic text data. – Regime of access: https://anukaisakoponen.altervista.org/downloads/Roman_Architects_in_Athens_200_-_10_BC.pdf, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

8. Hillson J. Imagining Invention: The Character of the «Gothic Architect» and England, 1200–1400 [Electronic resource] / J. Hillson // British Art Studies. – Electronic text data. – 2017. – Issue 6. – Open access PDF. – Regime of access: https://britishartstudies.ac.uk/issues/06/_assets/downloads/publication-imagining-invention.pdf, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

9. Merrill E. M. The Trattato as Textbook: Francesco di Giorgio's Vision for the Renaissance Architect [Electronic resource] / E. M. Merrill // Architectural Histories. – Electronic text data. – 2013. – Vol. 1, no. 1. – P. 1–19. – Regime of access: <https://pdfs.semanticscholar.org/b54a/f07a12d04e2b525c37ea3a36136ba3d13241.pdf>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

10. Cory G. A. The Maslow Hierarchy of Needs vs. Maclean's Triune Brain [Electronic resource] / G. A. Cory // The Consilient Brain: The Bio-Neurological Basis of Economics, Society, and Politics. – Electronic text data. – Springer, 2024. – P. 7–14. – Regime of access: https://doi.org/10.1007/978-1-4615-0045-2_2, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

11. Masatlıoğlu E. C. S. Morphogenesis of space – a reading of semiotics in architecture [Electronic resource] / Ersine Masatlıoğlu. – Electronic text data. – 2025. – Regime of access: https://www.academia.edu/19219340/MORPHOGENESIS_of_SPACE_A_READING_of_SEMIOTICS_in_ARCHITECTURE, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

12. Abbas S. Neuroarchitecture: How the Perception of Our Surroundings Impacts the Brain [Electronic resource] / S. Abbas // Biology. – Electronic text data. – 2024. – Vol. 13. – № 4. – Article 220. – Regime of access: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11048496/>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

13. Bower I., The Cognitive-Emotional Design and Study of Architectural Space: A Scoping Review of Neuroarchitecture and Its Precursor Approaches [Electronic resource] / I. Bower, R. Tucker, P. Enticott // Sensors. – Electronic text data. – 2021. – Vol. 21, no. 6. – Regime of access: <https://www.mdpi.com/1424-8220/21/6/2193>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

14. Eberhard J. Architectural Designs with the Aid of Neuroscience [Electronic resource] / J. Eberhard // Journal of Architectural Engineering Technology. – Electronic text data. – 2016. – Vol. 5, no. 2. – Regime of access: <https://www.openaccessjournals.com/articles/architectural-designs-with-the-aid-of-neuroscience.pdf>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

15. Coburn A., Buildings, Beauty, and the Brain: A Neuroscience of Architectural Experience [Electronic resource] / A. Coburn, O. Vartanian, A. Chatterjee // Journal of Cognitive Neuroscience. – Electronic text data. – 2017. – Vol. 29, no. 9. – P. 1521–1531. – Regime of access: https://doi.org/10.1162/jocn_a_01146, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

16. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / Simon Anholt. – Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2007. – DOI: <https://doi.org/10.1057/9780230627727>.

17. Narváez Tijerina A. B. Theory of Experience in Architecture and Urban Design [Electronic resource] / A. B. Narváez Tijerina, G. Carmona Ochoa. – Electronic text data. – Cham : Springer, 2025. – 312 p. – Regime of access: https://www.researchgate.net/publication/378755972_Theory_of_Experience_in_Architecture_and_Urban_Design, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

18. Urban Narratives: Exploring Identity, Heritage and Sustainable Development [Electronic resource] / eds. R. Zetter, G. Watson. – Electronic text data. – Cham : Springer, 2024. – 298 p. – Regime of access: <https://www.springerprofessional.de/en/urban-narratives-exploring-identity-heritage-and-sustainable-dev/26877894>, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

19. Cities' Identity Through Architecture and Arts [Electronic resource] / eds. A. Calderon, L. Rizzi. – Electronic text data. – Cham : Springer, 2019. – 265 p. – Regime of access: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-14869-0>, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

20. Assmann J. Cultural Memory and Early Civilization: Writing, Remembrance, and Political Imagination / Jan Assmann. – Cambridge : Cambridge University Press, 2011.

21. Pohranychna I. Destruction and reconstruction of Ukrainian cities after World War II: Development of methodological approaches to contemporary reconstruction [Electronic resource] / Iryna Pohranychna, Bohdan Cherkes // Architectural Studies. – Electronic text data. – 2025. – Vol. 11, no. 3. – P. 48–60. – Regime of access: <https://doi.org/10.56318/as/3.2025.48>, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

22. Cherkes B. Theoretical studies of identity in the sacral architecture of Ukraine [Electronic resource] / Bohdan Cherkes, Oksana Diachok, Jan Hernik // Architectural Studies. – Electronic text data. – 2024. – Vol. 10, no. 1. – P. 58–68. – Regime of access: <https://doi.org/10.56318/as/1.2024.58>, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

23. Capello R. Cohesion Policies and the Creation of a European Identity: The Role of Territorial Identity [Electronic resource] / Roberta Capello // Journal of Common Market Studies. – Electronic text data. – 2018. – Vol. 56, no. 3. – P. 489–503. – Regime of access: <https://doi.org/10.1111/jcms.12611>, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

24. Domingues R. B. A New Place – People – Time – Self Model: Development of a Sense of Place Scale [Electronic resource] / Ricardo B. Domingues, Guilherme Gonçalves // Journal of Environmental Psychology. – Electronic text data. – 2021. – Regime of access: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101635>, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

25. Peng J. Place Identity: How Far Have We Come in Exploring Its Meanings? [Electronic resource] / Jing Peng, Dirk Strijker, Qin Wu // Frontiers in Psychology. – Electronic text data. – 2020. – Vol. 11. – Article 294. – Regime of access: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00294>, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

26. Strandberg C. The multidimensionality of place identity: A systematic concept analysis and framework of place-related identity elements [Electronic resource] / Christina Strandberg, Maria Ek Styvén // Journal of Environmental Psychology. – Electronic text data. – 2024. – Vol. 89. – Article 102257. – Regime of access: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2024.102257>, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

27. Wallin A. Green Neighbourhood Identity: How Residents Use Urban Nature to Construct a Positive Neighbourhood Identity [Electronic resource] / Anna Wallin // Journal of Environmental Planning and Management. – Electronic text data. – 2023. – Regime of access: <https://doi.org/10.1080/09640568.2023.2183952>, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

28. Frost D. Belonging and the Intergenerational Transmission of Place Identity [Electronic resource] / Diane Frost // Sociology. – Electronic text data. – 2020. – Regime of access: <https://doi.org/10.1177/0038038520912137>, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

29. Bernardo F. Urban Identity and Tourism: Different Looks, One Single Place [Electronic resource] / Fernanda Bernardo // Journal of Tourism and Cultural Change. – Electronic text data. – 2017. – Vol. 15, no. 4. – P. 310–326. – Regime of access: <https://doi.org/10.1080/14766825.2016.1235450>, free (date of the application: 13.01.2026). – Header from the screen.

30. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / Simon Anholt. – Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2007. – DOI: <https://doi.org/10.1057/9780230627727>.

31. Dinnie K. Nation Branding: Concepts, Issues, Practice / Keith Dinnie. – 2nd ed. – London : Routledge, 2016.

32. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development: Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015 (A/70/L.1) [Electronic resource] / United Nations. – Electronic text data. – 2015. – Regime of access: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/89/PDF/N1529189.pdf?OpenElement>, free (date of the application: 22.01.2026). – Header from the screen.

33. Sustainable Development Goals: Resolution adopted by the General Assembly on 1 January 2016 [Electronic resource] / United Nations. – Electronic text data. – 2016. – Regime of access: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>, free (date of the application: 22.01.2025). – Header from the screen.

34. UNESCO. Universal Declaration on Cultural Diversity: a vision, a conceptual platform, a pool of ideas for implementation, a new paradigm [Electronic resource] / ed. by K. Stenou. – Electronic text data. – Paris : UNESCO, 2002. – 61 p. – (Cultural Diversity Series ; Vol. 1). – Document code: CLT/2002/WS/11. – Regime of access: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127162>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

35. The Hangzhou Declaration: Placing Culture at the Heart of Sustainable Development Policies: International Congress «Culture: Key to Sustainable Development», Hangzhou, China, 15–17 May 2013 [Electronic resource]. – Electronic text data. – Paris : UNESCO, 2013. – 59 p. – Document code: CLT-2013/WS/16. – Regime of access: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000221238>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

36. UNESCO. Culture | 2030 indicators [Electronic resource]. – Electronic text data. – Paris : UNESCO, 2019. – 109 p. – Regime of access: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371562>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

37. Successful investments in culture in European cities and regions: a catalogue of case studies [Electronic resource] / EURO CITIES ; KEA European Affairs ; European Regions Research and Innovation Network. – Electronic text data. – 2017. – 296 p. – Regime of access: https://epale.ec.europa.eu/sites/default/files/catalogue_03122015.pdf, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

38. Blinova M. Analysis of the implementation of the Sustainable Urban Development Goal in Ukraine / M. Blinova, Y. Rodyk // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. – 2024. – Vol. 1376. – Art. 012040. – DOI: 10.1088/1755-1315/1376/1/012040.

39. Kavaratzis M., Superdiversity and City Branding: Rotterdam in Perspective / M. Kavaratzis, G. J. Ashworth // European Planning Studies. – 2015. Vol. 23, no. 8. – P. 1550–1566. – DOI: 10.1080/09654313.2014.958523.

40. Nevescanin A. Urban Regeneration, Rotterdam Case Study [Electronic resource] / A. Nevescanin // Builder Science. – 2023. – Vol. 12. – P. 1–15. – Regime of access: yadda.icm.edu.pl, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.
41. Ahlfeldt G. M. Urban Renewal after the Berlin Wall / G. M. Ahlfeldts, N. Wolf // Real Estate Economics. – 2014. – Vol. 43, no. 1. – P. 1–35. – DOI: 10.1111/1540-6229.12061.
42. Oei P.-Y. Lessons from Germany's hard coal mining phase-out: policies and transition from 1950 to 2018 / P.-Y. Oei, H. Brauers, P. Herpich // Climate Policy. – 2020. – Vol. 20, No. 8. – P. 963–979. – DOI: 10.1080/14693062.2019.1688636.
43. Grant J. Planning the Good Community: New Urbanism in Theory and Practice / J. Grant. – London : Routledge, 2006. – 280 p. – DOI: 10.4324/9780203003992.
44. Arias-Sans A. Journeys to the Guggenheim Museum Bilbao: Towards a critical reflection on the Bilbao Effect [Electronic resource] / A. Arias-Sans, A. P. Russo // ScienceDirect. – Electronic text data. – 2016. – Regime of access: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738316300433>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.
45. Hereijgers A. Urban redevelopment of a new town: The case of Zoetermeer in the Netherlands [Electronic resource] / A. Hereijgers // Journal of Urban Regeneration and Renewal. – Electronic text data. – 2024. – Vol. 17, no. 3. – P. 275–294. – Regime of access: <https://ideas.repec.org/a/aza/jurr00/y2024v17i3p275-294.html>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.
46. Andersson M. Branding Cities Through Architecture and Identity: The Case of Lund [Electronic resource] / M. Anderson // MDPI. – Electronic text data. – 2022. – Regime of access: <https://www.mdpi.com/2673-8945/5/3/50>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

47. Lucarelli A. Place Branding Approach within Functional Urban Areas: Evidence from Poland [Electronic resource] / A. Lucarelli // MDPI. – Electronic text data. – 2023. – Regime of access: <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/15/11872>, free (date of the application: 10.06.2025). – Header from the screen.

48. Pappalepore I. Exploring Urban Creativity: Visitor Experiences of Spitalfields and Shoreditch / I. Pappalepore, R. Maitland, A. Smith // Tourism Culture & Communication. – London, 2014. – Vol. 14, no. 1. – P. 45–60. – DOI: 10.3727/109830414X14083891419359.

49. Gidlof-Gunnarsson A., Ohrstrom E. Noise and well-being in urban residential environments: The role of access to nearby green space / A. Gidlof-Gunnarsson, E. Ohrstrom // Landscape and Urban Planning. – 2007. – Vol. 83. – P. 115–126. – DOI: 10.1016/j.landurbplan.2007.03.003.

Електронне навчальне видання

БЛІНОВА Марія Юріївна

**МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ АРХІТЕКТУРНО-ДИЗАЙНЕРСЬКОГО
ПРОЄКТУВАННЯ**

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для здобувачів першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти денної форми навчання
зі спеціальності G17 – Архітектура та містобудування)*

Відповідальний за випуск *О. О. Фоменко*

Редактор *Б. О. Хільська*

Комп'ютерне верстання *М. Ю. Блінова, І. В. Волосожарова*

План 2026, поз. 69Л

Підп. до друку 08.05.2026. Формат 60 × 84/16.

Ум. друк. арк. 8,8.

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Чорноглазівська, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: office@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 8386 від 14.07.2025.