

Социальная семиотика архитектурного пространства мегаполиса

Научный руководитель – Чудновская Ирина Николаевна

Забнина Н.В.¹, Степанов Д.В.²

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия, *E-mail: zabninanatalia@gmail.com*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии семьи и демографии, Москва, Россия, *E-mail: Stepanovdendenchik57@gmail.com*

Каждая эпоха создает свою модель городского пространства, свой идеальный город. Вполне допустимо говорить о том, что город является отражением того понимания пространства, которое существует в конкретный исторический период развития общества, а представленная пространственная модель всегда связана с процессами, происходящими в обществе. «Идеальный город всегда существует внутри или под городом реальным, отличный от него как мир мысли от мира фактов».

Следует признать, что существование человека техногенной цивилизации неразрывно связано с окультуренным (искусственным) пространством в противоположность естественной среде обитания человека индустриального и традиционного общества. Человек живет в окружении материальных объектов, совокупность этих объектов мы называем материальной культурой, частью которой являются и объекты архитектуры, которые транслируют, в том числе и социальную информацию. Архитектурные объекты являются «носителями» социальных ценностей и активно влияют на формирование социальных установок, являясь своеобразными символическими ориентирами.

В эпоху глобализации, когда с одной стороны, мы наблюдаем рост мегаполисов и происходит «предельная уплотненность и переуплотненность мегаполисного ядра, где архитектура экстремальна по всем своим характеристикам - духовным и физическим (ввысь, вширь, вглубь)» и Рэм Колхаас вводит понятие «культуры уплотненности», с другой стороны, мы имеем тенденцию расширения пространственных границ человека до мира в целом, что связано с его активными перемещениями и созданием мировых городов-столиц, социальная значимость архитектурных объектов уже ни у кого не вызывает сомнения. Город является сложным социальным организмом, в котором взаимодействуют интересы множества самых различных субъектов (жители, туристы, предприниматели, органы государственного и местного управления, представители различных религиозных конфессий) и не всегда их интересы совпадают.

В настоящее время в стране идет активный процесс формирования позитивных имиджей и брендов отдельных российских регионов и городов, поскольку помимо национальной идентичности для человека важно осознание своей принадлежности к территориальной общности — то, что обозначается понятием территориальной идентичности. Территориальная идентичность как территориального сообщества, так и конкретного индивида, вписана в пространственные структуры.

В настоящий момент в региональных центрах, как и в столичных городах, появляются вновь созданные архитектурные объекты, как правило, высотные здания, являющиеся офисами крупных федеральных банков или корпораций. Для социально-экономического развития региона это, безусловно, является позитивным моментом, и говорит об инвестиционной привлекательности данной территории, что работает на создание регионального бренда. Но новые высотные доминанты стремятся построить в самой привлекательной центральной части города, которая уже имеет сложившуюся историческую застройку, которая являлась визитной карточкой города на протяжении долгого времени. Для любого социального субъекта, будь то индивид или территориальная общность - улица, дом,

двор всегда эмоционально окрашены. Моя улица, дом, поселение самые красивые и лучшие, индивида с ними связывают личностные отношения, и разрушение уже сложившейся пространственной среды зачастую приводит к протестным настроениям.

Данные проблемы до последнего времени рассматривались только в плоскости градостроительных и архитектурных практик, не учитывая мнения социальных субъектов, которые должны стать активными соучастниками в формировании архитектурного пространства, являющегося средой их жизненных практик. В постмодернистской литературе получил признание принцип партисипации, то есть соучастия потребителя в проектировании и реализации архитектурных замыслов. Он позволяет учитывать вкусы, мнения потребителя, индивидуализировать архитектурные решения.

Семиотика пространства, предметом которой является исследование специфических пространственных средств смыслообразования и смысловыражения, установление общих закономерностей связи формы со своим значением и содержанием в контексте исследований города приобретает свою специфику. Сегодня семиотику больших городов рассматривают как устоявшееся направление науки.

Городское пространство состоит из множества смысловых точек. Жизнедеятельность горожан протекает и упорядочивается в процессе осмысления материальных и идеальных условий жизни. Смыслы становятся точками жизненного пространства, а применительно к городу – точкой отсчета городского пространства. Главная функция любых точек отсчета заключена в том, что они оформляют некоторый порядок, в котором становится возможна некоторая траектория поведения и жизненного пути; они задают шкалу мест. После того, как такая шкала задана, нейтральное пространство превращается в обжитое осмысленное пространство города. Люди насыщают точки своими символами: храмами, властью, развлечениями, торговлей, жильем. В смысловых точках пространства, локализующихся на территориях, проходит духовная жизнь городских сообществ, здесь разворачиваются драмы, трагедии и комедии. Постепенно смысловые точки среды обрастают плотным телом разнообразной застройки и деятельности, вокруг них складывается жизнь города. Они являются основой осмысленной неравномерности городского пространства.

В семиотических знаках города кодируется восприятие и понимание человеком окружающей его среды, придание ему определенных смыслов, различение собственного личного индивидуального пространства и его соотношение с пространством Другого, с пространством Всех, с объективированным пространством поселения. Знаки и символы выступают не только отражением уже существующих объектов, они вместе с их осмыслением создают мир. Город и городское пространство предоставляют большие возможности для человека прочитывать его при помощи символов и знаков, и, в свою очередь, награждать такими символами и знаками городское пространство. Иконический знак не только информирует, но может носить и императивную функцию. Потому-то для исследования города необходимо обращение к исследованию семиотического смысла городского пространства.

Огромное количество исторических, природных, технических, структурных, гигиенических, живописно-пространственных, экономических и других факторов определяет процесс формирования городской среды. Можно рассматривать композиционную связь элементов, наличие/отсутствие композиционного центра, ориентацию зданий и сооружений по странам света, открытость/ замкнутость пространств, размеры, формы, пропорции, свет, цвет, фактуру поверхностей и т. д. Улицы, площади, узловые элементы принадлежат разным уровням организации среды и объективно необходимы в материально-пространственной организации городской жизни. Развиваясь исторически, они приобретают, меняют и утрачивают значения. Причем значения городской среды порождаются содержанием конституирующих элементов, которые являются «сообщениями» о функциях и социальной значимости пространств и объектов, о характере и смысле происходящих в них

процессов, об особенностях возведения и функционирования, наконец, это материальное воплощение настроений и чувств различных исторических эпох. В большом городе роль пространственных символов многократно возрастает в силу нового масштаба и качества архитектурных пространств, высоких скоростей перемещения и неожиданных ракурсов восприятия.

В результате социокультурное пространство города характеризуется уплотнением смысловой структуры. Семиотический подход к проблеме культурного социального пространства города позволяет обнаружить наряду с поверхностной (архитектурно-планировочной) структурой городского текста неочевидные системные образования (мифы, символы, «сакральное потребление среды» и пр.), обладающие статусом функциональных элементов города как феномена культуры; изучать город в своей реальной поливалентности как в процессе коммуникации, так и динамической трансформации. Семиотический взгляд на вещи открывает неявные смысловые связи, взаимодействие, группировку и смыслопорождающую работу фактов, которые обычно рассматриваются в условно изолированных рядах языка, истории, культуры, психологии, социальной жизни, природы. Ведь в процессе семиозиса самые разнородные факты реальности получают единый знаковый статус и, включаясь в систему культурных коммуникаций, приобретают новый объединяющий их способ существования в виде текстов.

Архитектурные объекты определяют эстетическую структуру городской среды и обеспечивают необходимый уровень психологической комфортности для человека. В данном контексте изучение города как «памяти места» является актуальным. Изучение социальной и культурной истории места (архитектурного пространства), степени знакомства с этой историей его жителей, отношение людей к национальным и локальным традициям связанными с определенными архитектурными объектами, все эти вопросы требуют более детального изучения и культурологического анализа.

Источники и литература

- 1) Алексеева Е.А. "Семиотика архитектуры: проблемы исследования". Вестник Российского университета дружбы народов. Серия "Философия". 2015; 19(3):123-138.
- 2) Барбарина Т.М. Семиотика архитектурного пространства и формирование социальных взаимодействий в мегаполисе // Мегаполис и его эволюция: проблемы архитектуры, градостроительства и социальных процессов: материалы Всероссийской научной конференции. - Санкт-Петербург: СПбГАСУ, 2018. - С. 73-79.
- 3) Баркина И.Н. "Культурное пространство города: социокультурный анализ семиотики архитектуры". Вестник Института социологии РАН. 2013;18(1):30-42.
- 4) Вильковский М. «Социология архитектуры». – М.: Фонд «Русский авангард», 2010. – 592 с.
- 5) Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Los Angeles: University of California Press.
- 6) Heidegger, M. (1971). *Building, Dwelling, Thinking*. In B. D. Wayne (Ed.), *Basic Writings* (pp. 351-363). New York: Harper & Row.