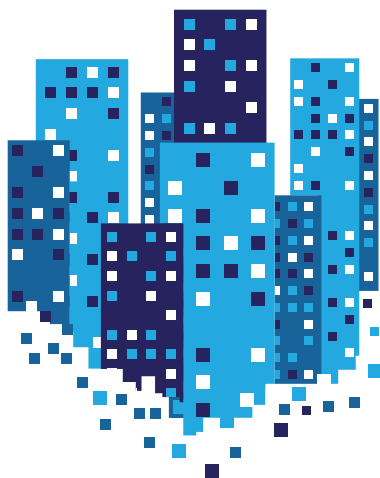


М.С. Шилехина

ДИЗАЙН КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

Учебно-методическое пособие



Тольятти
Издательство ТГУ
2025

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Тольяттинский государственный университет

М.С. Шилехина

**ДИЗАЙН КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА
СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА**

Учебно-методическое пособие

Тольятти
Издательство ТГУ
2025

УДК 658.512.23

ББК 71.4:85.7

Ш 577

Рецензенты:

канд. культурологии, доцент кафедры «Изобразительное искусство» Поволжской академии образования и искусств имени Святителя Алексия, митрополита Московского *Е.В. Ищенко*;
канд. культурологии, руководитель центра дизайна, доцент центра дизайна Тольяттинского государственного университета *М.С. Кузьмина*.

Ш 577 Шилехина, М.С. Дизайн культурного пространства современного города : учебно-методическое пособие / М.С. Шилехина. — Тольятти : Издательство ТГУ, 2025. — 46 с. — ISBN 978-5-8259-1760-3.

Учебно-методическое пособие содержит теоретический и практический материал по дисциплине «Дизайн культурного пространства современного города». Также включает описание основных инструментов дизайна, формирующих культурное пространство современного города.

Предназначено для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров 54.03.01 «Дизайн» (направленность (профиль) «Графический дизайн») очной формы обучения.

УДК 658.512.23

ББК 71.4:85.7

Рекомендовано к изданию научно-методическим советом Тольяттинского государственного университета.

© Шилехина М.С., 2025

ISBN 978-5-8259-1760-3

© ФГБОУ ВО «Тольяттинский
государственный университет», 2025

ВВЕДЕНИЕ

Данное учебно-методическое пособие предназначено для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров 54.03.01 «Дизайн», направленности (профилю) «Графический дизайн». Оно содержит теоретический и практический материал по дисциплине Б1.О.25 «Дизайн культурного пространства современного города». В результате освоения данной дисциплины у студентов должны сформироваться навыки применения инструментов дизайна в процессе формирования культурного пространства современного города. Задача учебно-методического пособия — дать обучающимся теоретические знания и сформировать практические навыки формирования культурного пространства современного города средствами дизайна, развить креативное и аналитическое мышление в профессиональной деятельности, сформировать понимание процесса влияния инструментов дизайна на современное общество.

Цель курса — формирование специалиста, способного использовать потенциал знаний о процессе формирования культурного пространства города в своей профессиональной деятельности.

Задачи курса

1. Студенты должны изучить понятие «культурное пространство города» как междисциплинарное.
2. Провести анализ конкретных территорий городской среды.
3. Понять структуру развития культурного пространства города.
4. Разработать концепт городского дизайн-проекта.
5. Получить универсальные знания, чтобы понять устройство и принципы действия процесса формирования культурного пространства города.
6. Освоить специальную терминологию курса.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина относится к обязательной части.

Дисциплина, на освоении которой базируется данная дисциплина, — «Проектирование в графическом дизайне 1».

Учебные курсы, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины (учебного курса), — «Проектирование в графическом дизайне 2–6».

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:
способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Студенты, завершившие изучение данной дисциплины, должны

• *знать:*

- ключевые этапы формирования культурного пространства современных городов в контексте мирового исторического развития;
- социокультурные и этические традиции различных групп, этносов и отдельных индивидов;
- передовые открытия в области других культур, включая мировые религии, философские и этические учения;
- принципы недискриминационного взаимодействия при профессиональном общении в целях выполнения проектных задач и усиления социальной интеграции;

• *уметь:*

- использовать углубленные теоретические и практические знания при изучении конкретной городской территории;
- использовать знания о разнообразии социокультурных и этических традиций различных социальных групп, этносов и отдельных индивидов;
- использовать знания о других культурах при изучении конкретной городской территории;
- применять принципы недискриминационного взаимодействия при профессиональном общении в целях выполнения проектных задач и усиления социальной интеграции;

• *владеть навыками:*

- применения передовых знаний в данном предмете;
- профессионального общения;
- взаимодействия с представителями других культур;
- работы с информацией в рамках выполнения проектных задач и усиления социальной интеграции.

Учебно-методическое пособие состоит из двух ключевых модулей: «Культурное пространство как объект научного анализа» и «Дизайн культурного пространства современного города». В первом модуле курса раскрывается понятие «культурное пространство города»

в контексте различных исследовательских подходов. Во втором модуле показывается применение дизайна как инструмента, способного сформировать целостное культурное пространство современного города. Изучение материала в данной последовательности позволит получить теоретические знания и практические навыки в анализе и осуществлении процесса формирования культурного пространства современного города в контексте профессии дизайнера.

Критерии и нормы текущего контроля и промежуточной аттестации

Учебные занятия проходят в формате практических заданий двух типов: творческое задание и проект. К учебным мероприятиям допускаются все студенты.

Критерии и нормы оценки творческих заданий:

10 баллов — высокое качество анализа территории, владение методами исследования городской среды, высокий уровень анализа материалов и применения методов проектирования дизайн-объекта;

7 баллов — среднее качество анализа территории, владение методами исследования городской среды, средний уровень анализа материалов и применения методов проектирования дизайн-объекта;

5 баллов — низкое качество анализа территории, владение методами исследования городской среды, низкий уровень анализа материалов;

1 балл — низкое качество анализа материала, количество и качество графических работ (не менее 2 листов, формат A4), слабая выразительность графического языка, низкая эмоциональность работ, наличие графических ошибок.

Критерии и нормы оценки проекта:

30 баллов — высокое качество выполнения проекта и выполненных творческих заданий, наличие всех этапов проекта, высокий уровень владения темой курса, грамотная презентация проекта;

25 баллов — высокое качество выполнения проекта и выполненных заданий в рамках командной работы, наличие всех этапов проекта, средний уровень владения темой курса, грамотная презентация проекта;

15 баллов — среднее качество выполнения проекта и выполненных заданий, средний уровень владения темой курса;

10 баллов — низкое качество выполнения проекта и выполненных заданий, низкий уровень владения темой курса;

5 баллов — низкое качество выполнения проекта и выполненных заданий, отсутствие некоторых этапов проекта, студент не владеет темой курса.

Возможна пересдача зачета, за которую начисляется до 20 баллов. К пересдаче зачета не допускаются студенты, не набравшие 40 баллов по накопительному рейтингу.

Критерии и нормы оценки этапа пересдачи экзамена:

20 баллов — высокое качество выполнения проекта и выполненных творческих заданий, наличие всех этапов проекта, высокий уровень владения темой курса, грамотная презентация проекта;

15 баллов — высокое качество выполнения проекта и выполненных творческих заданий, наличие всех этапов проекта, средний уровень владения темой курса, грамотная презентация проекта;

10 баллов — среднее качество выполнения проекта, творческие задания не выполнены, наличие всех этапов проекта, низкий уровень владения темой курса;

5 баллов — низкое качество выполнения проекта, творческие задания не выполнены, отсутствие некоторых этапов проекта, студент не владеет темой курса.

Итоговая оценка рассчитывается из суммы баллов по всем учебным мероприятиям, предусмотренным в данном курсе.

Промежуточная аттестация проходит в форме зачета и суммируется по накопительному рейтингу. Условием допуска к зачету является выполнение всех учебных заданий. Критерии и нормы оценки: «зачтено» (40—100 баллов), «не зачтено» (0—39 баллов).

По данной дисциплине зачет проводится в виде защиты студентами концептов дизайн-проектов, так как дисциплина носит практико-ориентированный творческий характер. В рамках курса важно практически освоить и применить ключевые инструменты анализа и исследования культурного пространства города, поэтому все практические задания и теоретический материал должны быть нацелены на практическое применение полученных знаний. Индивидуальная презентация проектов проводится в следующем порядке: доклад студента, раскрывающий основной замысел, в течение

7–10 минут; ответы на вопросы членов комиссии, в состав которой могут входить как преподаватели, так и специалисты, 7–10 минут. В начале доклада студент называет тему работы, далее раскрывает ее содержание. Отдельно подчеркивается то, что лично сделано студентом, его вклад в исследование проблемы. Особое внимание в докладе должно быть уделено новизне полученных результатов и возможной их практической и научной значимости. По окончании доклада члены комиссии задают студенту вопросы в соответствии с темой и содержанием работы.

Оценка качества выполнения и защиты проекта проводится на закрытом заседании комиссии. При этом принимаются во внимание: четкость изложения доклада при защите работы и правильность ответов на вопросы; оценочный лист качества проекта, заполняемый каждым членом комиссии. Оценка («зачтено» или «не зачтено») объявляется одновременно всем студентам и заносится в зачетную книжку студента.

Перечень возможных вопросов к студентам от преподавателей

1. Возможности и границы применения прогнозирования, проектирования и моделирования в социальной работе. Уровни применения прогнозирования, проектирования и моделирования. Типовая структура социального проекта на микроуровне.
2. Практическое применение социального прогнозирования, проектирования и моделирования в социокультурной среде.
3. Правила проведения презентации.
4. Понятие «социальный проект». Типология проекта. Объект, предмет, субъект социального проектирования.
5. Виды проектной деятельности дизайнера. Специфика и особенности проектной деятельности.
6. Понятие, сущность, функции и принципы социального моделирования.
7. Процессы управления дизайн-проектом. Этапы проектирования и их особенности. Стадии дизайн-проектирования на примерах различной деятельности.
8. Проектный анализ. Виды проектного анализа в рамках дизайн-проекта.

9. Понятие, сущность, особенности и функции социального прогнозирования.
10. Основные и вспомогательные процессы планирования в процессе дизайн-проектирования продукта. Виды планирования.
11. Место социального прогнозирования, проектирования и моделирования в системе социальных технологий.
12. Социальное проектирование как общая (функциональная) технология социальной работы. Технологические этапы социального проектирования.
13. Качество проекта. Управление качеством. Ключевые аспекты качества.
14. Стоимость и бюджетирование дизайн-проекта.
15. Мировой и отечественный опыт социокультурного проектирования.
16. Команда дизайн-проекта. Управление междисциплинарной командой в рамках дизайн-проекта. Принципы формирования команды.
17. Финансы и управление информацией. Формы финансовой отчетности.
18. Современный тип организаций. Роль менеджера в современной организации.
19. Категориальный аппарат социального проектирования.
20. Технологические этапы социокультурного проектирования. Жизненный цикл социального проекта.
21. Какая социальная проблема решается данным проектом.
22. Социальный портрет потребителя дизайн-проекта.
23. Аргументация выбора аналогов.
24. Основные положения проектного замысла.
25. Дизайн-мышление как методология для создания инновационных дизайн-продуктов.
26. Дизайн-исследования. Методы и способы применения.
27. Дизайн-концепция как основа проектной деятельности дизайнера.
28. Типовая структура социального проекта на макроуровне (на примере федеральных целевых социальных программ).

29. Дизайнерское мышление и способности. Их роль в профессиональной деятельности дизайнера.
30. Инновационное и аналоговое проектирование в дизайне.
31. Дизайн-деятельность. Методы и практика работы дизайнера.
32. Творчество и личность в профессиональной дизайн-деятельности. Метод, позиция, подход.
33. Сегментирование потребителя.
34. Организация и развитие собственного бизнеса. Дизайн-менеджмент.
35. Культурное пространство территории. Территориальный брендинг.
36. Проблема социальной ответственности в практике применения прогнозирования, проектирования и моделирования в социальной работе.
37. Понятие и виды моделей, применяемых в социальном моделировании.
38. Коммуникативный дизайн. Визуально-коммуникативный подход в проектировании.
39. Коммуникационный план проекта.
40. Культурное пространство территории. Анализ культурного пространства территории.

Модуль 1. КУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОГО АНАЛИЗА

Тема 1.1. Культурное пространство. Основные понятия

Форма проведения занятия — круглый стол.

Вопросы для обсуждения

1. Культура как объект научного анализа.
2. Понятие «культурное пространство города».
3. Город как воплощение культурных процессов общества.

Методические указания по проведению занятия

Занятие проводится в форме круглого стола и начинается с уточнения базовых понятий, выявления мнения ученых в сфере изучения культурных процессов, определения понятия «культура». Обсуждение данных вопросов проводится в форме дискуссии.

Методические материалы к занятию

В городе аккумулируются все современные культурные тенденции общества. Понятие «культурное пространство города» является сложным объектом для научного анализа. Чтобы понять специфику термина «культурное пространство города», важно иметь точное определение понятий «культура», «пространство», «культурное пространство».

«В XVIII веке возникла потребность в осмыслении специфики образа жизни человека, развития его духовности, способностей и разума, и вследствие этого появилось понятие ‘cultura’» [8, с. 17–18]. Термин «культура» в научном языке с самого начала трактовался в контексте сферы развития человеческого бытия и рассматривался как противопоставление природному, то есть животному бытию.

В современной науке существует огромное множество определений понятия «культуры». В контексте данного курса можно остановиться на определении выдающегося ученого, культуролога А.Я. Флиера: «Культура — это особый способ рефлексии и фикса-

ции социального опыта в виде определенных „культурных текстов“ (вербальных и невербальных, политических, мифологических, религиозных, философских, художественных, публицистических и пр.), задающих более или менее общепринятые нормы (стандарты) коллективного бытия и сознания, а также индивидуального поведения и суждения каждого человека в отдельности» [20, с. 17].

С точки зрения семиотического подхода культура может рассматриваться как средство «распредмечивания объектов окружающего мира», а в результате — придания им смыслов и выражения этих смыслов на языках символов и условных знаков [20, с. 17].

В контексте исследования культурного пространства города важно иметь представление о следующих понятиях: культурные формы, функции культуры, культурный инструментарий, культурные объекты, культурная политика, артефакты в культуре, массовая культура, культурная самоидентификация субкультуры, социокультурные процессы, образование, мифология, религия, искусство, культурные нормы, культурные традиции, культурные тексты, культурные ценности, динамика культуры, культурогенез, культурная инноватика.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Проанализируйте основные определения понятия «культура» и выберите, по вашему мнению, три наиболее точных определения в контексте современных культурных процессов.

Рекомендуемая литература

1. Кармин, А. С. Культурология : учебник / А. С. Кармин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2003. — 927 с. — ISBN 5-8114-0471-9.
2. Флиер, А. Я. Культурология для культурологов : учеб. пособие / А. Я. Флиер. — Москва [и др.] : Академический Проект [и др.], 2002. — 458, [1] с. — ISBN 5-8291-0136-X.

Тема 1.2. Культурное пространство как пространственно-временная модель

Форма проведения занятия — круглый стол.

Вопросы для обсуждения

1. Определение понятий «пространство», «время» и «культурное пространство».
2. Культурное пространство как метафора.
3. Пространственно-временная модель. Исторический процесс формирования модели и ключевые ученые.

Методические указания по проведению занятия

Занятие проводится в форме круглого стола и начинается с уточнения базовых понятий, выявления мнения ученых об определении понятий пространства, времени и описания процесса исторического формирования пространственно-временной модели. Обсуждение данных вопросов лучше проводить в форме дискуссии.

Методические материалы к занятию

«При анализе культурного пространства современного города принципиально важно учитывать такие категории, как пространство и время. Важно понимать, что пространство является „вместилищем“ культурных процессов, главным фактором человеческого бытия. Поэтому исследование культурного пространства города влечет за собой изучение характерных особенностей географического расположения современных городов и выявление основных временных категорий, которые характеризуют современность» [23, с. 21].

Существует две основные концепции пространства и времени. В одной из них пространство рассматривается как однородная и бесконечная пустота. Данная концепция сформировалась древними атомистами (Демокрит, Эпикур, Лукреций) и развилась под влиянием Исаака Ньютона. Вторая концепция, созданная Аристотелем, трактует пространство как совокупность мест и тел, а время — как «число движений», в котором время, в отличие от движения,

течет равномерно. Концепцию Аристотеля исследовал Лейбниц, который рассматривал пространство и время как средство для творения и упорядочивания мира и при этом пространство трактовал как порядок сосуществований, а время — как порядок последовательностей [13, с. 52].

Во второй половине XX века выстраивается более подробная пространственно-временная картина мира. Теперь процесс осмысления времени стал проецироваться на опыт восприятия пространства. Несмотря на то, что пространство является конкретной категорией, а время абстрактной, эти категории связывались в единую модель. Философ, основатель немецкой классической философии Иммануил Кант в своем труде «Критика чистого разума» утверждал, что мы нуждаемся в пространстве, чтобы конструировать время, тем самым мы определяем время посредством пространства. «Основная разница между пространством и временем проявляется в их отношении к человеку как воспринимающему субъекту: пространство пассивно по отношению к человеку, тогда как человек активен относительно пространства; напротив, время активно по отношению к человеку, тогда как человек пассивен в отношении времени» [19, с. 29].

Русский философ Н.А. Бердяев в своих работах указывает на то, что географические факторы формируют менталитет страны. Автор проводит прямую связь «между физическим пространством и состоянием человека, который проживает в данном месте, размышляя о том, что безграничная русская равнина формирует стихийную, природную силу русского человека и при этом ставит перед ним задачу организации своей необъятной земли» [2, с. 4–5]. Также в контексте изучения пространственно-временной модели следует рассмотреть понятие «архитектоника культурного пространства», предложенное С.Н. Иконниковой [18, с. 246]. В связи с тем, что культурное пространство напрямую связано с территорией, на которой оно формируется, культура рассматривается как целостная система, в которой центр и периферия взаимосвязаны друг с другом через историческую преемственность и непрерывность культурного пространства.

С точки зрения метафорического подхода С.Н. Иконникова в своих работах обозначает культурное пространство страны мета-

форой «дом», подразумевая под этим среду повседневного обитания людей. «Метафорическое культурное пространство „дом“ выполняет для человека сакральную функцию защиты, метафорически перемещаясь из материальной сферы в эмоционально-чувственную. Специфика организации жизни в культурном пространстве может быть представлена такими метафорами, как: дом-очаг, дом-крепость, дом-тюрьма, дом-вокзал, дом-келья, дом-чаша и др.» [18, с. 246].

Культурное пространство в метафорическом контексте становится своеобразным зеркалом, отражающим множественные модели дома. Эти метафоры обладают сильной образной составляющей, что еще раз подчеркивает мысль о том, что культурное пространство — национальное достояние России, и каждый несет ответственность за его сохранение и развитие. Культурное пространство России можно обозначить как культурный ансамбль народов с единой историей, гражданством и территорией проживания.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. Проведите исторический анализ существующих понятий «пространство» и «время».
2. Предложите свое понимание пространства и времени и их взаимосвязи в вашем восприятии.
3. Придумайте метафору культурному пространству вашего любимого города. Сформулируйте название метафоры и дайте образное описание.

Рекомендуемая литература

1. Бердяев, Н. А. Русская идея : Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века ; Судьба России / Н. А. Бердяев. — Москва : Сварог и К, 1997. — 540 с. — ISBN 5-85791-027-7.
2. Лейбниц, Г. В. Сочинения. В 4 томах. Том 1 / Г. В. Лейбниц ; ред. и сост. тома, авт. вступ. статьи и примеч. В. В. Соколов ; пер. с лат., фр. и нем. Я. М. Боровского [и др.]. — Москва : Мысль, 1982. — 633, [3] с. — (Философское Наследие ; т. 84).

3. Теория культуры : учеб. пособие для вузов / [В. П. Большаков, И. К. Москвина, С. Н. Иконникова и др.] ; под ред. С. Н. Иконниковой, В. П. Большакова. — Москва [и др.] : Питер, 2008. — 592 с. — ISBN 978-5-388-00112-2.
4. Успенский, Б. А. История и семиотика (восприятие времени как семиотическая проблема) : Статья вторая // Текст — культура — семиотика нарратива / редкол.: С. Г. Барсуков (секретарь) [и др.]. — Тарту, 1989. — С. 18–38. — (Ученые записки Тартуского университета ; вып. 855. Труды по знаковым системам ; т. 23).
5. Шилехина, М. С. Культурное пространство современного города и его формирование средствами дизайна : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии / Шилехина Мария Сергеевна ; Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю. А. — Саратов, 2019. — 239 с.

Тема 1.3. Культурное пространство как пространство знаков

Форма проведения занятия — круглый стол.

Вопросы для обсуждения

1. Классификация знаков по Ч. Пирсу.
2. Что изучает семиотика.
3. Семиосфера. Определение специфики понятия.

Методические указания по проведению занятия

Занятие проводится в форме круглого стола и начинается с уточнения базовых понятий, выявления мнения ученых об определении понятия «семиотика» и классификации знаков. Обсуждение данных вопросов лучше проводить в форме дискуссии.

Методические материалы к занятию

«Семиотический подход к анализу культурного пространства дает возможность выявить глубокие взаимосвязи между культурами, формирующими каждое конкретное культурное пространство.

При исследовании культурного пространства города данный подход поможет установить причины возникновения характерных особенностей места посредством выявления его знакового, семиотического пространства» [23, с. 30].

В XX веке появилась новая наука — семиотика. Семиотика изучает знаки и знаковые системы, существующие как в человеческом обществе, так и в животном мире. Данная наука была сформирована такими учеными, как Ч. Моррис, Ч. Пирс, Ф. де Соссюр. Основы семиотики были разработаны американским ученым Чарльзом Моррисом, затем возникло специальное направление, изучающее культурные пространства, — проксемика. Проксемика играет важную роль в градостроительстве и архитектуре, так как представление о пространстве напрямую влияет на распределение площади относительно городского населения.

У истоков семиотики лежат два научных подхода.

Научная идея Чарльза Сандерса Пирса. Понятие знака как первоэлемента всякой семиотической системы находится в основе данной научной идеи. Она основана на тезисах ученого-лингвиста Фердинанда де Соссюра и сформирована исходя из принципов анатомии языка и речи. Фердинанд де Соссюр вывел понятие семиологии как науки, которая изучает жизнь знаков внутри жизни общества. В концепции Пирса в основе анализа находится изолированный знак, а все последующие семиотические феномены рассматриваются как последовательности знаков.

В основе второй концепции — отдельный коммуникативный акт как первоэлемент и модель всякого семиотического акта. В таком подходе существует опасность сведения сложности свойств объекта к сумме простых элементов объекта. Согласно Ч. Пирсу, любой знак имеет материальную оболочку, обозначаемый объект и правила интерпретации, устанавливаемые человеком. Знак всегда облечен в какую-либо форму, но при этом воспринимающий субъект не анализирует ее, пока она не нарушает процесс интерпретации знака. Знак транслирует субъекту определенную информацию с помощью материальной формы и заложенных в нем определенных свойств. Одним из важнейших свойств знака является коммуникативность

как средство для осуществления коммуникации между людьми, то есть знак всегда социален. Также важнейшим свойством знака является его способность обобщать и выделять ключевые свойства объектов — системность. Сознательное использование людьми знаков в определенных целях и ситуативность их значения является их характерным свойством. Также обязательным свойством знака является его воспроизводимость, то есть возможность его тиражирования в процессе коммуникации.

В контексте изучения знаков возникает идея символа. Согласно терминологии Ф. де Соссюра, символ характеризуется тем, что он всегда не до конца произволен и в нем есть рудимент естественной связи между означающим и означаемым.

Чарльз Сандерс Пирс разработал классификацию знаков, разделив все знаки на три типа:

1. Знаки-иконы, изобразительные знаки, которые репрезентируют объекты, поэтому в них означаемое и означающее связаны между собой по подобию.

2. Знаки-индексы, в которых означаемое и означающее связаны между собой физически, по расположению во времени и/или пространстве.

3. Знаки-символы, в которых означаемое и означающее связаны между собой в рамках некоторой конвенции, по заведенной договоренности.

«В контексте исследования конкретных территорий городской среды очень трудно создать универсальную методику исследований, но, с другой стороны, можно утверждать, что междисциплинарный подход помогает исследователю выйти на более глубокий уровень за счет более целостного синтетического подхода. Таким образом, используя в своей основе междисциплинарный подход, применение которого позволяет выявить многослойный и сложный характер культурного пространства современного города, можно охарактеризовать культурное пространство города как многоуровневую целостную систему, характеризующуюся не только особенностями содержания каждой из них, но и их соотношением и взаимодействием» [25, с. 41].

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. На основе предложенных знаков проведите классификацию по теории Ч. Пирса.
2. Проанализируйте эволюцию логотипов известных брендов с применением классификации знаков.
3. Подготовьте презентационный материал по заданной теме.

Рекомендуемая литература

1. Пирс, Ч. С. Избранные философские произведения / Ч. С. Пирс ; пер. с англ. К. Голубович [и др.] ; [ред. Л. Макеева и др.]. — Москва : Логос, 2000. — 412 с. — ISBN 5-8163-0014-8.
2. Шилехина, М. С. Культурное пространство современного города и его формирование средствами дизайна : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии / Шилехина Мария Сергеевна ; Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю. А. — Саратов, 2019. — 239 с.
3. Шилехина, М. С. Культурное пространство современного города как объект междисциплинарного исследования // Культура и образование. — 2017. — № 2. — С. 39–46.

Тема 1.4. Культурное пространство как возможность идентификации города

Форма проведения занятия — круглый стол.

Вопросы для обсуждения

1. Проблемы современного территориального брендинга.
2. Что лежит в основе грамотного брендинга места.
3. Роль культурного пространства в идентификации городов.

Методические указания по проведению занятия

Занятие проводится в форме круглого стола и начинается с уточнения основных понятий в области территориального брендинга, определения этапов проектирования бренда места.

Методические материалы к занятию

Работой над проблемой идентификации современных городов занимается территориальный брендинг. В России данное направление деятельности активно развивается как в научных трудах современных исследователей, так и на практике. Но при этом в рамках развития территориального брендинга появляется проблема использования инструментов брендинга в контексте маркетинга, с целью получения прибыли.

«Решение проблемы идентификации современных городов зачастую происходит благодаря территориальному брендингу, популярность которого... последние 20 лет стремительно растет... Но при стремительном росте популярности существует проблема, связанная с многозначностью понятия „бренд“, что дает возможность называть „брендингом города“ процессы, которые имеют косвенное отношение к предмету» [23, с. 91].

В арсенале технологий территориального брендинга постоянно появляются новые, но чаще всего используются такие инструменты, как проектный менеджмент, частно-государственное партнерство, использование творческого потенциала жителей и культуры территории. Глобализация провоцирует проектировщика бренда обращать особое внимание на культурные особенности места. Города, которые не осознают своей уникальности, теряют своих жителей, свою инвестиционную привлекательность, перестают развиваться. В идеале брендинг российских городов должен отражать лучшие стороны местной жизни и быть воплощением идеи, способной объединить вокруг себя горожан. За последние годы больше сотни российских населенных пунктов воспользовались инструментами территориального брендинга и работали над формированием идентичности места. Но грамотное внедрение бренда и полное его функционирование получилось только у некоторых городов. Причина отсутствия результата — недостаточное внимание к реальной идентичности города. Часто бренд города строится на визуальных приемах и отсутствует связь с реальными жителями, их жизнью в городе и историей самого города. «Конструируемый образ города не может быть изобретенным, придуманным, поэтому нужно максимально подробно и глубоко исследовать городскую среду,

используя инструменты из различных теоретических и практических подходов... в итоге должен быть как можно более точным отражением идентичности города — представлений городского сообщества о смысле и уникальных чертах своего города. Можно сделать вывод, что передовые городские сообщества уже осознают нужность и важность процесса идентификации современного города как процесса осмысления сути города и определения лучшего пути развития для современного города в контексте глобализации современного мира» [23, с. 58]. Поэтому во время разработки городского бренда необходимо вовлекать в процесс активных жителей, поскольку они являются одновременно и носителями идентичности города, и будущими потребителями бренда. За последние 25 лет были разработаны туристические бренды для многих российских городов и регионов, таких как Астрахань и Астраханская область, Великий Новгород, Вологодская область, Добрянка, Екатеринбург, Ижевск, Костомукша, Калининградская область, Клин, Краснокамск, Москва, Мурманск, Новосибирск, Пермь и Пермский край, Республика Татарстан, Санкт-Петербург, Саратов, Стерлитамак, Тихвин, Тульская область, Урюпинск, Ярославль. Многие из этих брендов далеки от реальных образов и жизней городов, поэтому остались существовать только как дизайн-проекты. По мнению автора первой отечественной книги на эту тему «Брендинг города» Д.В. Визгалова, «брендинг города — это все же не коммерческий, а социальный проект, который измеряет не коммерческие успехи отдельных фирм, а влияние их успехов на развитие всего городского сообщества» [3, с. 15–21]. Автор выделяет пять составляющих городской идентичности: уникальность города; идентификация, «отождествление» города; лояльность и любовь к городу, интерес к нему; социальная сплоченность и землячество; практический потенциал идентичности [3, с. 39].

В настоящее время территориальный брендинг является темой для обсуждения в рамках отдельных панелей и дискуссий экономических, урбанистических и туристических форумов. Также постоянно появляются новые специализированные учебные программы в вузах, реализованные проекты и первые бренд-менеджеры.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. Возьмите территориальный бренд конкретного города в качестве аналога и проведите анализ с точки зрения работы с реальной идентичностью города.
2. Приведите пример удачного и неудачного брендинга территории.
3. Подготовьте презентацию по данному этапу работы.

Рекомендуемая литература

1. Шилехина, М. С. Культурное пространство города как его идентификационное лицо: сущность и формирование // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. — 2017. — № 3. — С. 52–63.
2. Шилехина, М. С. Культурное пространство современного города и его формирование средствами дизайна : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии / Шилехина Мария Сергеевна ; Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю. А. — Саратов, 2019. — 239 с.
3. Визгалов, Д. В. Брендинг города / Д. В. Визгалов. — Москва : Институт экономики города, 2011. — 155, [2] с. — ISBN 978-5-8130-0157-4.

Модуль 2. ДИЗАЙН КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

Дизайн как средство формирования современного культурного пространства города представляет для современных исследователей широкий спектр возможностей. Формирование целостного социокультурного пространства современного города становится одной из ключевых задач современного дизайна. «Современная социокультурная ситуация определяет дизайн как основной инструмент, способный сформировать единое целостное культурное пространство города и гармонизировать жизнедеятельность человека в урбанистической среде. Дизайн является ключевым носителем социальных изменений в современном обществе» [23, с. 49].

Тема 2.1. Основные инструменты анализа культурного пространства современных городов

Форма проведения занятия — круглый стол.

Вопросы для обсуждения

1. Специфика инструмента «анализ типологической квалификации средовых объектов и систем».
2. Специфика инструмента В.Л. Глазычева «набор абстракций».
3. Специфика концепции исследования образа города К. Линча.
4. Специфика инструмента анализа городского культурного пространства М.С. Кагана.

Методические указания по проведению занятия

Занятие проводится в форме круглого стола и начинается с перечисления ключевых инструментов анализа культурного пространства города и их основных характеристик. Обсуждение данных вопросов лучше проводить в форме дискуссии.

Методические материалы к занятию

Одним из ключевых инструментов анализа городского пространства, предложенным В.Т. Шимко, является анализ типологической квалификации средовых объектов и систем [27, с. 94].

В рамках этого метода городское пространство анализируется по масштабным уровням: гиперуровень, макроуровень, мезоуровень и микроуровень. Под масштабностью объекта, предмета, среды понимается представление, которое складывается у человека о значении и роли объекта по отношению к окружению, человеку, обществу в целом. Масштабность характеризует смысловую сторону объекта, определяя его место среди других элементов средовой ситуации.

Также как инструмент для анализа характера городской среды предлагается использовать «набор абстракций», характеризующих городскую среду, который был разработан выдающимся ученым и экспертом по территориальному и городскому развитию В.Л. Глазычевым. В данный инструмент, разработанный ученым, включено шесть понятий, с помощью которых можно дать характеристику и выявить самобытность конкретной территории.

Понятие «замкнутость» определяется в контексте улицы как соотношение ширины улицы и высоты зданий. Замкнутость у В.Л. Глазычева рассматривается в контексте «убежища», места, где человек чувствует себя в безопасности. Соотношение плотности массы городских застроек и количества пространства открытого неба дает человеку ощущение или присутствия в пространстве, или затерянности в нем.

Понятие «неоднородность» проявляется через ощущение разноплановости и сложности городской среды. В.Л. Глазычев приводит в пример радиально-кольцевую систему планировки городов, в которой отсутствует четкая ориентация человека в пространстве, но при этом увеличивается интерес человека к месту. Также в данное понятие включается и событийность, то есть различное использование пространства. Таким образом, город превращается в сценографию к городскому спектаклю.

Понятие «плотность» городской среды проявляется как в плотности человеческого движения в городе, так и в плотности застройки.

Понятие «насыщенность» городской среды отсылает к сенсорному, чувственно-тактильному восприятию человека, на уровне насыщенности светом, звуком, зрительными, тактильными и вкусовыми ощущениями.

Понятие «сомасштабность» городской среды проявляется через соответствие человеку элементов его окружения, таким образом, происходит взаимодействие среды и человека.

Понятие «темперирование» рассматривается как потенциал, возникающий на стыке двух временных плоскостей: настоящего и прошлого. При синтезе прошлых историко-культурных изменений, застывших во времени в формах памятников архитектуры (объективное движение), и современных изменений, происходящих в среде здесь и сейчас (субъективное движение). Если городская среда не реагирует на современные тенденции культуры, то она превращается в музей под открытым небом.

Следующий инструмент для анализа городского культурного пространства соответствует комплексному подходу. Согласно концепции М.С. Кагана, важно учитывать четыре специфических фактора городской среды, характер которых определяет культурную жизнь города [7, с. 19–21].

Географический (природный) фактор, определяющий физическое месторасположение города или района и влияние этого расположения на городскую среду, менталитет жителей и особенности морфологического развития города.

Социальный фактор изучает основную направленность его деятельности. Например, является город столицей или провинцией, какая деятельность приоритетна для города, это промышленный или университетский центр и т. п.

Архитектурный фактор исследует художественную организацию города, отвечает за анализ пространственного развития города, его архитектурной уникальности.

Художественный фактор является более комплексным, включает: архитектурный образ города, природную среду и художественную культуру. Сочетание всех четырех факторов придает городу самобытность и формирует его эстетически целостный образ.

В процессе выявления идентичности города важно обозначить суть такого понятия, как образ города, и использовать концепцию исследования образа города, разработанную американским архитектором Кевином Линчем. Автор концепции выделяет пять основ-

ных элементов, посредством которых человек составляет «каркас» своего города: пути, границы, узлы, зоны, ориентиры [11, с. 194].

Пути представляют собой коммуникации, вдоль которых человек может перемещаться. Например, это могут быть улицы, автомагистрали и железные дороги. Через них человек взаимодействует с городом, перемещаясь по ним. Пути складываются в городской каркас, который «обрастает» тканью города.

Границы (края) являются линейными элементами, находящимися на стыке двух состояний среды.

Зонами считаются определенные части города или района. Их можно также называть районами — это особые территории города, которые объединены определенной семантической однородностью.

Узлами называются стратегические точки города, в которые человек может свободно попасть, они возникают на пересечении путей или в месте концентрации функций.

Ориентиры представляют собой единичные и уникальные места или точки города, которые остаются внешними по отношению к индивиду, они хорошо заметны в пространстве. Например, здания, памятники, знаки, фасады, горы.

Выделив и проанализировав все эти элементы на конкретной ограниченной территории, можно конкретизировать образ города и выйти на формирование бренда города. Данная методика работает непосредственно с физической составляющей городской среды, поэтому важно использовать ее в сочетании с другими методами и теориями исследования городских территорий.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. Примените инструмент «анализ типологической квалификации средовых объектов и систем» к конкретной территории.
2. Примените «набор абстракций» к конкретной территории.
3. Примените концепцию исследования образа города К. Линча к конкретной территории.
4. Примените инструмент анализа городского культурного пространства М.С. Кагана к конкретной территории.

Рекомендуемая литература

1. Глазычев, В. Л. Поэтика городской среды // Эстетическая выразительность города / отв. ред. О. А. Швидковский. — Москва, 1986. — С. 130–156.
2. Каган, М. С. Культура города и пути ее изучения // Город и культура / под ред. П. А. Подболотова. — Санкт-Петербург, 1992. — С. 19–21.
3. Линч, К. Образ города / К. Линч ; пер. с англ. В. Л. Глазычева. — Москва : Стройиздат, 1982. — 328 с.
4. Шимко, В. Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование : основы теории (средовой подход) : учебник / В. Т. Шимко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Архитектура-С, 2009. — 407 с. — ISBN 978-5-9647-0167-5.

Тема 2.2. Ключевые характеристики современных городов: проблемы и возможности

Форма проведения занятия — круглый стол.

Вопросы для обсуждения

1. Основные проблемы современного города.
2. Основные возможности современного города.
3. Тренды в современных городах.

Методические указания по проведению занятия

Занятие проводится в форме круглого стола и начинается с уточнения понятия современного города и его ключевых проблем и возможностей для общества.

Методические материалы к занятию

Наиболее выраженный процесс, активно проходящий в современных городах, — это процесс глобализации. Поэтому одной из ключевых тенденций является снижение уровня и качества жизни в них. «В первую очередь это относится к феномену системной неустойчивости современных городов. Несмотря на положительные результаты в развитии отдельных из них, постоянно растет разрыв

в уровне жизни различных слоев населения, возрастают диспропорции в распределении и потреблении благ, воспроизводственный процесс населения как человеческого ресурса протекает неравномерно, нерациональное природопользование обуславливает обострение экологических проблем, что не позволяет говорить о высоком качестве жизни населения в современном городе» [12, с. 33–55].

В результате глобализации формируется тенденция увеличения плотности населения в современных городах. Данная тенденция выявляет проблему природосбережения. Результат неразумного обращения с этим ресурсом — неблагоприятная экологическая ситуация, возникновение новой экологической среды с высокой концентрацией антропогенных факторов. Подобным изменениям более всего подвержены крупные российские города. Однако современный мировой опыт показывает, что экология города может меняться и в лучшую сторону.

Также на качество городской жизни напрямую влияет крайне актуальная проблема транспортной инфраструктуры. Массовое развитие дешевых скоростных поездов (как в Китае и Японии) приведет к образованию мега-мегаполисов, когда сотни километров урбанизированной территории находятся посреди тысячи километров пустоши.

Как упоминалось выше, в современных городах существует тенденция к снижению качества жизни, но появляются успешные примеры решения данных проблем. Таким примером стал бразильский город Куритиба. В нем успешно функционирует модель развития городской среды, которая решает проблемы от транспортных и экономических до социальных и экологических. Куритиба — это единственный город Бразилии, степень загрязненности которого сейчас ниже, чем в 50-х годах XX века. В Куритибе работает одна из лучших современных систем городского общественного транспорта — метробусы. Здесь ниже уровень преступности и выше уровень образованности по сравнению с другими городами Бразилии. Это единственный город страны, который отказывается от субсидий федерального правительства и сам решает свои проблемы. ООН признала Куритибу экологически образцовым городом.

Одна из ключевых тенденций, на которую требуется обратить особое внимание, — формирование отношения к городу как к хозяйственно-расчетному предприятию, которое должно приносить прибыль. Данная тенденция формирует пренебрежительное отношение к основной функции города — функции создания условий для воспроизводства и развития человеческого потенциала жителей города. В настоящее время восприятие города как социокультурного организма, который является носителем материальной и нематериальной культуры, меняется на понимание города как объекта городского хозяйства, инструмента для извлечения прибыли. Такой подход отчасти является причиной утраты родового значения города как социальной системы, которая создавалась для реализации определенных интересов людей во все времена:

- 1) обеспечение безопасности;
- 2) обеспечение стабильности (территориальной, ресурсной, социальной);
- 3) обеспечение воспроизводства (ресурсного, социального);
- 4) формирование, закрепление и передача культурных ценностей.

Процесс глобализации поглощает современные города, обостряя проблему идентификации, нарушая процесс формирования индивидуального образа города. Проблема унификации, монотонности типового проектирования приводит к однообразию среды. Город воплощает сконцентрированное представление о культуре, традициях, истории — все эти представления создают единый образ города. Но одновременно современный город постепенно утрачивает свое историческое предназначение, свою родовую память — прерывается преемственность опыта, так как через город, через его динамику, формы, знаки и символы происходит приобщение общества к цивилизации в целом.

«При этом социокультурные факторы актуализации дизайна в формировании культурного пространства современного города базируются на основополагающих тенденциях формирования современной городской среды, таких как: снижение уровня и качества жизни в современных городах, увеличение информационно-технологической нагрузки на сознание современного жителя города, формирование отношения к городу как к хозяйственно-расчет-

ному предприятию, унификация, стандартизация, создание новых морфотипов архитектурного пространства, утрата городами своей культурной идентичности, использование потенциала дизайна в формировании культурного пространства городской среды» [23, с. 96].

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. Проанализируйте ключевые проблемы современных городов на примере реальных городов.
2. На основе конкретной территории выявите ключевые проблемы и возможности.
3. Подготовьте презентацию по данному этапу работы.

Рекомендуемая литература

1. Максимчук, О. В. Оценка уровня и качества жизни горожан с позиций комфортности проживания в современном городе (на примере крупных городов ЮФО) / О. В. Максимчук, Т. А. Першина // Социология города. — 2014. — № 2. — С. 33–55.
2. Скрипачева, И. А. Современный город как культурная система : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : диссертация на соискание ученой степени доктора культурологии / Скрипачева Ирина Александровна ; Вятский государственный гуманитарный университет. — Киров, 2010. — 457 с.
3. Шилехина, М. С. Современные тенденции формирования культурного пространства города: проблемы и возможности? // Культурное наследие России. — 2016. — № 4. — С. 103–109.

Тема 2.3. Концепция креативного города

Форма проведения занятия — круглый стол.

Вопросы для обсуждения

1. Основные характеристики концепции креативного города.
2. Понятие «городская креативность».
3. Потенциал дизайна в формате креативного города.

Методические указания по проведению занятия

Занятие проводится в форме круглого стола и начинается с уточнения сути концепции креативного города. Обсуждаются инструменты, с помощью которых выстраивается концепция креативного города. Далее студенты прорабатывают данную тему в рамках своего проекта.

Методические материалы к занятию

Потенциал дизайна активно используется в развитии так называемых креативных городов. В современной урбанистической теории понятие о креативном городе связано с представлением о распространенной градостроительной стратегии переустройства городов, которая не зависит ни от характеристик самого города, ни от его размера или известности. Приоритетным направлением развития современной городской среды становится привлечение в город творческого класса людей, которые могли бы изменить городскую среду. Но чтобы заинтересовать творческих людей, нужно сначала сформировать эту специфическую городскую среду для креативного класса. Современные города вынуждены конкурировать друг с другом за привлечение человеческих ресурсов. Один из авторов концепции креативного города, ведущий британский специалист по развитию городов Чарльз Лэндри отмечает, что сейчас уже более 60 городов претендуют на статус креативных. Из них только 20 городов находятся в Великобритании. Чарльзом Лэндри был также предложен новый метод стратегического городского планирования, который позволил бы людям творчески мыслить и действовать. Его метод опирается на основной ресурс города, его стратегический резерв — на людей как источник креативности. Лэндри использует потенциал творческих людей и возможность их влияния на формирование креативной среды в городе. Сформировав новый подход к городскому планированию, автор предложил оригинальные термины и понятия, такие как «городская креативность», «цикл городского творчества», «жизненный цикл концепций городских инноваций», «культурные ресурсы и их применение», «представление о городе как об обучающемся организме» [10, с. 197–235]. Британский исследователь также оперирует понятием «креативная среда»,

подразумевая под ним материальное пространство, в котором происходит рождение идей и оригинальных концепций.

В настоящее время концепцию креативного города активно внедряют во множестве современных европейских городов, используя этот инструмент для решения конкретных проблем городской среды. Например, одним из направлений в рамках Культурного форума мировых городов стало расширенное вовлечение населения в культурную жизнь города: «культурная экспрессия», которая призвана дать возможность самовыражения как индивидам, так и социальным группам [28]. Лос-Анджелесская кампания «Искусство для всех» предлагает всеобъемлющее и последовательное образование в области искусства для учеников и студентов из всего округа Лос-Анджелес. Токийский проект «Ночь искусств в квартале Роппонги» позволяет приобщиться к культурной жизни самой широкой аудитории — по большей части за счет бесплатных ночных мероприятий, включая занятия в Ночной школе искусств, посвященные изучению процесса творчества. В каждом из этих проектов используются инновационные методики привлечения аудитории и поощряется художественное самовыражение представителей всех социальных групп.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. Проведите анализ проектов в рамках Культурного форума мировых городов.
2. Разработайте идеи для конкретной территории в рамках концепции креативного города.
3. Подготовьте презентацию по данному этапу работы.

Рекомендуемая литература

1. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри ; [пер. с англ.: В. Гнедовский и др.]. — Москва : Классика-XXI, 2014. — 400 с. — ISBN 978-5-89817-437-8.
2. Доклад о проектах преобразования города средствами культуры = Transformational Cultural Projects : Report / подгот. и сост.: М. Прин, И. Ло, Ж. Бейли [и др.] ; пер.: О. Любарская [и др.]. — Москва : Московский институт социально-культурных программ, 2015. — 107 с. — ISBN 978-5-9905753-5-6.

Тема 2.4. Семиотический подход в исследовании культурного пространства города

Форма проведения занятия — круглый стол.

Вопросы для обсуждения

1. Основные понятия семиотического подхода Ю.М. Лотмана.
2. Основная концепция авторской практико-ориентированной образно-семиотической модели культурного пространства современного города М.С. Шилехиной.

Методические указания по проведению занятия

Занятие проводится в форме круглого стола и начинается с уточнения понятий в рамках семиотического подхода. Обсуждаются инструменты авторской практико-ориентированной образно-семиотической модели культурного пространства современного города. Далее студенты прорабатывают данную тему в рамках своего проекта.

Методические материалы к занятию

В рамках семиотического подхода город трактуется как определенный «текст» культуры, который имеет свой «язык», то есть состоит из кодов, знаков, символов, содержит информацию о прошлом, настоящем и будущем культуры [1, с. 3–4]. Семиотический подход к изучению культурного пространства имеет практическую значимость для формирования идентификационного лица города. Это направление в изучении городской среды получило развитие в рамках работы семиотической школы Тартуского университета, а именно у Ю.М. Лотмана, который изучал городское пространство как знаковую и символическую систему. Данный подход является междисциплинарным по своей сути. Ю.М. Лотман в своей работе «Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история» утверждал, что «знаки образуют тексты, тексты — культуру, культуры — семиосферу. Подобно тому, как пространство культуры образуется всеми текстами, созданными, создаваемыми и могущими быть созданными в данной культуре, так и семиосфера — это культура всех культур и среда, обеспечивающая возможность их

появления и существования» [9, с. 135]. Семиотическое пространство формируется вокруг культурного, оно наполняет культуру общими смыслами и обеспечивает единство всей структуры культуры. В этом контексте особое значение приобретает понятие границы. Ученый рассматривает семиотическое пространство как организм, в рамках которого первостепенной является сама система, названная семиосферой. Автором вводится понятие семиотической границы, но не в конкретном физическом контексте, а в контексте набора переводных фильтров, которые «переводят» текст на определенный семиотический язык. Границы формируют замкнутость семиотической системы, которую Ю.М. Лотман определяет как важнейшую функциональную и структурную позицию, обуславливающую сущность семиотического механизма. В случаях, когда культурное пространство имеет территориальный характер, граница обретает пространственный смысл, но смысл переводного механизма остается. Поэтому в семиотическом плане разделяется центр города и окраина, последняя становится буферной зоной, которая занимается семиотическими контактами с чужаками.

В данном аспекте важно подробнее остановиться на таком ключевом понятии семиотики, как «текст». Семиотический контекст отсылает к широкому пониманию термина «текст», которое трактует его как совокупность любых знаков, обладающую формальной связностью и содержательной цельностью.

В рамках семиотического подхода для анализа культурного пространства города предлагается «авторская практико-ориентированная образно-семиотическая модель культурного пространства современного города Шилехиной М.С. Данная модель представляет собой систему, включающую анализ и типологизацию семиотических ареалов города, анализ их структурных уровней (В.Т. Шимко), анализ планировочных структур города в историко-пространственном развитии. Кроме того, такая модель включает: анализ визуальных знаковых форм (психогеометрия) и визуальных абстракций (В.Л. Глазычев) с выявлением ключевых знаков для каждого символического пространства, формируя на этой основе их единый визуальный образ; социологический опрос жителей города и выработку предпочтений по формированию знаковых образов элементов го-

родского пространства; анализ культурной жизни города (М.С. Коган) и выработку предложений для формирования его культурного пространства» [22, с. 10].

Таким образом, в результате применения данной модели проводится сбор исследовательских материалов, на основе которого разрабатывается знаково-символическая система исследуемого семиотического пространства. В результате данной исследовательской и проектной работы могут быть предложены идеи по формированию идентичности для конкретной территории.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. Выявите семиосферу в рамках исследуемой территории и дайте ей характеристику.
2. Примените авторскую практико-ориентированную образно-семиотическую модель культурного пространства современного города в рамках своего проекта.
3. Подготовьте презентацию по данному этапу работы.

Рекомендуемая литература

1. Анциферов, Н. П. Пути изучения города, как социального организма : Опыт комплексного подхода / Н. П. Анциферов. — 2-е изд., испр. и доп. — Ленинград : Сеятель, 1926. — 151 с.
2. Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров : Человек — текст — семиосфера — история / Ю. М. Лотман. — Москва : Языки русской культуры, 1999. — 447 с. — ISBN 5-7859-0006-8.
3. Шилехина, М. С. Культурное пространство современного города и его формирование средствами дизайна : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата культурологии / Шилехина Мария Сергеевна ; Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю. А. — Саратов, 2019. — 18 с.

Тема 2.5. Дизайн-проектирование как способ формирования культурного пространства города

Форма проведения занятия — круглый стол.

Вопросы для обсуждения

1. Основные методы, применяемые в процессе современного дизайн-проектирования культурной среды города.
2. Дизайн как способ формирования культурного пространства города.
3. Модель структурного моделирования.

Методические указания по проведению занятия

Занятие проводится в форме круглого стола и начинается с уточнения понятия «дизайн культурного пространства города». Обсуждаются методы и этапы моделирования культурного пространства города. Далее студенты прорабатывают данную тему в рамках своего проекта.

Методические материалы к занятию

«Роль современного дизайнера в работе со знаково-символической системой города обозначает данную деятельность в ярко выраженном культурологическом контексте, отображает сущность профессии дизайнера в формировании культурных сценариев, культурных форм, значений, в формировании культурного менталитета жителей современного города. Введение нового понятия — „дизайн культурного пространства города“ создает более точный смысл приложения современного дизайнера в контексте разработки городской среды, раздвигает границы существующих характеристик в дизайне. Данное понятие позволит рассматривать дизайн в контексте города более комплексно, закладывая глубокие смыслы и формируя специалистов в области дизайна культурного пространства города, способных использовать междисциплинарные подходы и планомерно работать на уровне социального, культурологического, семиотического, урбанистического подходов в контексте городской среды» [23, с. 139].

При дизайн-проектировании культурного пространства городов предлагается использовать «модель структурного моделирования, в которой выделяется три взаимосвязанных уровня структурного моделирования средовой ситуации в городском дизайне: аксиологический, культурно-семантический и собственно-знаковый. На каждом уровне осуществляется три этапа моделирования средовой ситуации» [15, с. 108–109].

На первом этапе дизайнер моделирует среду, не вторгаясь в нее, сохранив целостность ее внутренних связей. При этом дизайнер анализирует среду, но как субъект не влияет на нее, формируя объектную модальность.

На втором этапе моделирования среды дизайнер вторгается в среду как специалист, преобразует ее и формирует субъектную модальность профессиональной средовой ситуации.

На третьем этапе, аккумулируя результаты двух предыдущих, дизайнер соединяет полученные разработки и формирует культурно-смысловую модальность профессиональной ситуации.

Модель структурного моделирования имеет свои достоинства, выраженные в комплексном подходе к осмыслению проектной работы дизайнера при проектировании средовой ситуации. Следует выделить три объекта, которые участвуют в процессе дизайн-проектирования целостного культурного пространства: город (городская среда), жители города (люди, которые проживают в данной среде) и дизайнер (проектировщик культурного пространства города).

«Для формирования целостного культурного пространства города дизайнеру важно выявить характерные особенности городской среды, научиться разговаривать на „языке“ города. Используя этапы процесса восприятия семиотической информации, дизайнер может стать тем субъектом, который интерпретирует полученную от города информацию, преобразует ее и формирует культурное пространство города» [23, с. 141].

Для запуска процесса дизайн-проектирования культурного пространства города важно использовать следующие методы [23, с. 154]: — метод наблюдения — используется для сбора данных об исследуемом объекте;

- метод сравнительного анализа — используется для разделения по определенным критериям полученной информации, качественной оценки исследуемых феноменов и их проявлений;
- метод систематизации и типологизации объектов и феноменов — используется для построения комплексной системы знаний;
- метод семантического анализа — используется для выявления структурных связей в исследуемых областях знаний;
- метод контент-анализа — используется для проведения некоторых качественных и количественных исследований по восприятию города;
- метод формализации и моделирования — используется для обобщения знаний и представления их в форме схем и прочих наглядных структур.

Основные способы получения информации при исследованиях среды:

- методы визуальной фиксации данных (фото-, видео-, графические изображения, модели, схемы);
- методы вербальной фиксации данных (записи, аудиозаписи, текстовые данные);
- поведенческие методы.

Дизайн как способ формирования культурного пространства города может проявляться в следующих направлениях:

- культурно-просветительская деятельность — экскурсии по архитектурным объектам, фестивали и другие события;
- паблик-арт, который бы подчеркнул уникальность исторического контекста и сформировал современный контекст городской среды, спровоцировав жителей взглянуть на город другими глазами;
- грамотное уплотнение города, которое бы не нарушало изначальной пространственной структуры;
- визуальное наполнение города в едином стиле;
- формирование «креативной среды», которая бы вдохновляла людей на творческую деятельность в городе;
- формирование культурных сценариев в городской среде;
- грамотное продвижение города, привлечение туристов с помощью современной, визуально целостной сувенирной продукции, продвижение в сети Интернет, организация мероприятий, оформленных в едином стиле.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. Проанализируйте предложенные методы и примените их в своем проекте анализа конкретной территории.
2. Разработайте концептуальное предложение по внедрению инструментов дизайна в формирование культурного пространства конкретной территории.
3. Подготовьте презентацию по проделанной работе.

Рекомендуемая литература

1. Шилехина, М. С. Как дизайнер чувствует город: опыт практического исследования // Городские исследования: теория и практика : монография / Д. А. Алексеенко, А. К. Анисимова, А. Н. Береговских [и др.] ; гл. ред. О. И. Максимова. — Москва, 2020. — С. 301–313.
2. Шилехина, М. С. Культурное пространство современного города и его формирование средствами дизайна : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии / Шилехина Мария Сергеевна ; Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю. А. — Саратов, 2019. — 239 с.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дизайн становится инструментом формирования целостного гармоничного культурного пространства современного города. Дизайнер является тем специалистом, который на стыке различных специализированных областей сможет применять профессиональные инструменты и создавать единое целое.

Именно поэтому данный учебный курс обладает высокой степенью актуальности и значимости.

Основная цель курса «Дизайн культурного пространства современного города» — раздвинуть границы узкопрофессионального подхода к профессии дизайнера и научить будущего специалиста работать с теоретическим и практическим материалом на стыке разных областей, таких как культурология, семиотика, социология, урбанистика и дизайн. Такой междисциплинарный подход в работе с городской средой позволит студенту максимально профессионально учитывать различные сферы при проектировании продуктов дизайна.

В учебно-методическом пособии предоставлены все нужные практические инструменты и теоретический материал для полноценного анализа культурного пространства города и разработки концептуальных предложений для конкретных территорий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анциферов, Н. П. Пути изучения города, как социального организма : Опыт комплексного подхода / Н. П. Анциферов. — 2-е изд., испр. и доп. — Ленинград : Сеятель, 1926. — 151 с.
2. Бердяев, Н. А. Русская идея : Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века ; Судьба России / Н. А. Бердяев. — Москва : Сварог и К, 1997. — 540 с. — ISBN 5-85791-027-7.
3. Визгалов, Д. В. Брендинг города / Д. В. Визгалов. — Москва : Институт экономики города, 2011. — 155, [2] с. — ISBN 978-5-8130-0157-4.
4. Глазычев, В. Л. Дизайн как он есть / В. Л. Глазычев. — Москва : Европа, 2006. — 316, [3] с. — ISBN 978-5-9739-0070-3.
5. Глазычев, В. Л. Поэтика городской среды // Эстетическая выразительность города / отв. ред. О. А. Швидковский. — Москва, 1986. — С. 130–156.
6. Дорогова, Л. Н. Художественная деятельность в пространстве культуры общества : монография / Л. Н. Дорогова. — Москва : ИНФРА-М, 2014. — 151, [1] с. — ISBN 978-5-16-009781-7.
7. Каган, М. С. Культура города и пути ее изучения // Город и культура / под ред. П. А. Подболотова. — Санкт-Петербург, 1992. — С. 19–21.
8. Кармин, А. С. Культурология : учебник / А. С. Кармин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2003. — 927 с. — ISBN 5-8114-0471-9.
9. Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров : Человек — текст — семиосфера — история / Ю. М. Лотман. — Москва : Языки русской культуры, 1999. — 447 с. — ISBN 5-7859-0006-8.
10. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри ; [пер. с англ.: В. Гнедовский и др.]. — Москва : Классика-XXI, 2014. — 400 с. — ISBN 978-5-89817-437-8.
11. Линч, К. Образ города / К. Линч ; пер. с англ. В. Л. Глазычева. — Москва : Стройиздат, 1982. — 328 с.
12. Максимчук, О. В. Оценка уровня и качества жизни горожан с позиций комфортности проживания в современном городе (на примере крупных городов ЮФО) / О. В. Максимчук, Т. А. Першина // Социология города. — 2014. — № 2. — С. 33–55.

13. Лейбниц, Г. В. Сочинения. В 4 томах. Том 1 / Г. В. Лейбниц ; ред. и сост. тома, авт. вступ. статьи и примеч. В. В. Соколов ; пер. с лат., фр. и нем. Я. М. Боровского [и др.]. — Москва : Мысль, 1982. — 633, [3] с. — (Философское Наследие ; т. 84).
14. Ремизов, В. А. Культурная антропология : учеб. пособие / В. А. Ремизов, В. С. Садовская ; Московский государственный институт культуры. — Москва : МГИК, 2017. — 188 с. — ISBN 978-5-94778-468-8.
15. Салмин, Л. Ю. Моделирование средовой ситуации и городской дизайн : специальность 17.00.06 «Техническая эстетика и дизайн» : диссертация на соискание ученой степени кандидата искусствоведения / Салмин Леонид Юрьевич ; Всероссийский Научно-Исследовательский Институт Технической Эстетики. — Москва, 1988. — 153 с.
16. Скрипачева, И. А. Исторические предпосылки формирования архитектурной среды современного города // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. — 2013. — № 4. — С. 158—160.
17. Скрипачева, И. А. Современный город как культурная система : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : диссертация на соискание ученой степени доктора культурологии / Скрипачева Ирина Александровна ; Вятский государственный гуманитарный университет. — Киров, 2010. — 457 с.
18. Теория культуры : учеб. пособие для вузов / [В. П. Большаков, И. К. Москвина, С. Н. Иконникова и др.] ; под ред. С. Н. Иконниковой, В. П. Большакова. — Москва [и др.] : Питер, 2008. — 592 с. — ISBN 978-5-388-00112-2.
19. Успенский, Б. А. История и семиотика (восприятие времени как семиотическая проблема) : Статья вторая // Текст — культура — семиотика нарратива / редкол.: С. Г. Барсуков (секретарь) [и др.]. — Тарту, 1989. — С. 18—38. — (Ученые записки Тартуского университета ; вып. 855. Труды по знаковым системам ; т. 23).
20. Флиер, А. Я. Культурология для культурологов : учеб. пособие / А. Я. Флиер. — Москва [и др.] : Академический Проект [и др.], 2002. — 458, [1] с. — ISBN 5-8291-0136-X.

21. Шилехина, М. С. Как дизайнер чувствует город: опыт практического исследования // Городские исследования: теория и практика : монография / Д. А. Алексеенко, А. К. Анисимова, А. Н. Береговских [и др.] ; гл. ред. О. И. Максимова. — Москва, 2020. — С. 301–313.
22. Шилехина, М. С. Культурное пространство современного города и его формирование средствами дизайна : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата культурологии / Шилехина Мария Сергеевна ; Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю. А. — Саратов, 2019. — 18 с.
23. Шилехина, М. С. Культурное пространство современного города и его формирование средствами дизайна : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии / Шилехина Мария Сергеевна ; Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю. А. — Саратов, 2019. — 239 с.
24. Шилехина, М. С. Культурное пространство города как его идентификационное лицо: сущность и формирование // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. — 2017. — № 3. — С. 52–63.
25. Шилехина, М. С. Культурное пространство современного города как объект междисциплинарного исследования // Культура и образование. — 2017. — № 2. — С. 39–46.
26. Шилехина, М. С. Современные тенденции формирования культурного пространства города: проблемы и возможности? // Культурное наследие России. — 2016. — № 4. — С. 103–109.
27. Шимко, В. Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование : основы теории (средовой подход) : учебник / В. Т. Шимко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Архитектура-С, 2009. — 407 с. — ISBN 978-5-9647-0167-5.
28. Доклад о проектах преобразования города средствами культуры = Transformational Cultural Projects : Report / подгот. и сост.: М. Прин, И. Ло, Ж. Бейли [и др.] ; пер.: О. Любарская [и др.]. — Москва : Московский институт социально-культурных программ, 2015. — 107 с. — ISBN 978-5-9905753-5-6.

ГЛОССАРИЙ

Бренд — дизайн, разработанный для конкретного продукта в стиле, отличающемся от других и выделяющем его на рынке с помощью упаковки, графических знаков, логотипов и мультимедийных технологий. Из определения можно выделить очень важный аспект: бренд создается для того, чтобы отличить новый продукт от продукта-заменителя. Это главная цель бренда.

Дизайн — творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных товаров. Эти качества включают в себя внешние особенности продукта, но в основном те структурные и функциональные связи, которые превращают продукт в единое целое, как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения производителя (определение дизайна, принятое в 1964 году на международном семинаре по образованию в области дизайна в Брюгге).

Знак — созданное человеком изображение, значение которого известно. В настоящее время это слово означает любое графическое изображение, которое передает любое специальное сообщение (например, математический знак), а также жест, выражающий любую информацию или команду.

Знак-икона — изобразительный знак, который репрезентирует объект, поэтому в нем означаемое и означающее связаны между собой по подобию.

Знак-индекс — изобразительный знак, в котором означаемое и означающее связаны между собой физически.

Знак-символ — изобразительный знак, в котором означаемое и означающее связаны между собой по заведенной договоренности.

Инфографика — это графический способ представления информации, данных и знаний, целью которого является быстрое и четкое представление сложной информации. Одна из форм графического и коммуникационного дизайна.

Культурогенез — процесс появления и становления культуры любого народа и народности в общем и появления культуры как таковой в первобытном обществе.

Культурная семантика — специфическая проблемная область науки о культуре, занимающаяся изучением культурных объектов с точки зрения выражаемого ими смысла, значения.

Массовая культура — культура, популярная и преобладающая среди широких слоев населения в данном обществе.

Проектирование — процесс создания проекта, прототипа предполагаемого или возможного объекта. Наряду с традиционными типами (архитектурными, строительными, инженерными, технологическими и прочее) стали формироваться самостоятельные направления: проектирование человеко-машинных систем, трудовых процессов, организаций, экологических, социальных, психологических процессов.

Семиотика — междисциплинарная область исследований, изучающая знаки и знаковые системы, которые хранят и передают информацию.

Символ — знак, связанный с объективностью так, что значение знака и его субъекта представлено только самим знаком и раскрывается только через его интерпретации.

Территориальный бренд — это бренд страны, региона или другой ограниченной территории, который является ключевым продвигающим фактором, опирающимся на культурные, социальные, политические, экономические ресурсы рассматриваемого объекта.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	3
Модуль 1. КУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОГО АНАЛИЗА	10
Тема 1.1. Культурное пространство. Основные понятия	10
Тема 1.2. Культурное пространство как пространственно- временная модель	12
Тема 1.3. Культурное пространство как пространство знаков	15
Тема 1.4. Культурное пространство как возможность идентификации города	18
Модуль 2. ДИЗАЙН КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА	22
Тема 2.1. Основные инструменты анализа культурного пространства современных городов	22
Тема 2.2. Ключевые характеристики современных городов: проблемы и возможности	26
Тема 2.3. Концепция креативного города	29
Тема 2.4. Семиотический подход в исследовании культурного пространства города	32
Тема 2.5. Дизайн-проектирование как способ формирования культурного пространства города	35
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	39
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	40
ГЛОССАРИЙ	43

Учебное издание

Шилехина Марина Сергеевна

**ДИЗАЙН КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА
СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА**

Учебно-методическое пособие

Редактор *Е.А. Держаева*

Технический редактор *Н.П. Крюкова*

Компьютерная верстка: *Л.В. Сызганцева*

Дизайн обложки: *И.И. Шишкина*

*При оформлении пособия использована
иллюстрация от freepik на сайте ru.freepik.com*

Подписано в печать 26.03.2025. Формат 60×84/16.

Печать оперативная. Усл. п. л. 2,67.

Тираж 100 экз. Заказ № 1-27-22.

Издательство Тольяттинского государственного университета
445020, г. Тольятти, ул. Белорусская, 14,
тел. 8 (8482) 44-91-47, www.tltsu.ru