

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ПАРНЕТА МАР'ЯНА БОГДАНІВНА

УДК 72.01; 72.021; 72.03; 72.06; 711.424


ДИСЕРТАЦІЯ
ПРИНЦИПИ ТА ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ МЕДІЙНОСТІ
АРХІТЕКТУРИ ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРІВ

191 - Архітектура та містобудування

19 - Архітектура та будівництво

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії.

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

 М.Б. Парнета

Науковий керівник: Габрель Микола Михайлович, доктор технічних наук, професор.

Львів – 2024

АНОТАЦІЯ

Парнета М. Б. Принципи та засоби формування і розвитку медійності архітектури громадських просторів. - Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 191 - Архітектура та містобудування. - Національний університет «Львівська політехніка», Міністерства освіти і науки України, Львів, 2024.

Дисертація присвячена дослідженню теоретичних основ та вдосконаленню практичного інструментарію щодо формування і розвитку медійності як властивості архітектури та громадських просторів міст, що характеризується їх здатністю бути носіями інформації та елементами комунікації з людиною. Дослідження присвячено не лише фізичним аспектам медійності архітектури, але і її нематеріальним проявам, що визначають відчуття та поведінку людей в архітектурному середовищі.

У першому розділі **«Стан дослідження і передумови формування медійності архітектури та міських просторів»** визначено категорійно-поняттійний апарат дослідження, висвітлено теоретичні підходи до процесу формування медійності, проаналізовано історичні передумови розвитку медійності архітектурного середовища, здійснено аналіз вітчизняного та світового досвіду формування медійності сучасних об'єктів та обґрунтовано методичний інструментарій для дослідження інформативної сутності архітектури та громадських просторів міст.

У підрозділі 1.1 **«Категорійно-поняттійний апарат та стан дослідження»** визначено етимологію поняття медійності архітектури та громадських просторів міст та обґрунтовано його різнодисциплінарність. Поняття медійності визначено як інформативну сутність архітектури та просторів, що характеризується їх здатністю бути носіями інформації та елементами комунікації з людиною, а також впливати на її соціально-культурне середовище. Встановлено зв'язок медійності архітектури з такими галузями, як теорія архітектури, семіотика, феноменологія, соціологія, психологія, лінгвістика, сфера медіа-технологій. Розглянуто наукові праці, в яких висвітлено медійність як смислотворчу властивість архітектурного середовища. Нестачу уваги приділено впливу архітектурного середовища на поведінку людини у

ньому. Відсутній системний інструментарій для дослідження медійності архітектури громадських просторів.

У підрозділі 1.2. **«Теоретичні передумови формування медійності архітектури і просторів»** обґрунтовано теоретико-структурну модель медійності архітектури, що передбачає її поділ на фізичну та ментальну. До фізичної відносяться ті її прояви, які мають фізичні характеристики у середовищі та які людина може сприймати за допомогою основних органів чуття. Ментальна медійність безпосередньо залежить від особливостей сприйняття та його відтворення у свідомості людини. З'ясовано, що в основі теорії медійності архітектури громадських просторів лежить семіотичне розуміння знаку як структурної одиниці інформації. Розглянуто прототипи архітектурного знаку та його моделі для розуміння сприйняття повідомлень, закладених в архітектурні форми та простори.

У підрозділі 1.3. **«Історичні передумови розвитку медійності будівель та споруд»** здійснено аналіз формування медійності впродовж різних етапів історичного розвитку на ієрархічних рівнях міста, громадського простору та архітектурного об'єкта. Розгляд генези архітектури дозволив висвітлити тенденції до змін медійності архітектури та просторів, які відбувалися в контексті часу, динаміки потреб та функцій, світосприйняття та людських цінностей. Аналіз історичних передумов дав можливість встановити засоби-константи щодо формування медійності архітектури та міських просторів. Так, на містобудівному рівні - це структура мереж вулиць і площ, функціональне зонування міста; на рівні громадського простору - транзитні шляхи, місця для комунікації біля громадських об'єктів; на рівні архітектурного об'єкта - форми, композиція та оздоблення.

Підрозділ 1.4. **«Вітчизняний та закордонний досвід формування медійності архітектури громадських просторів»** присвячено дослідженню досвіду формування медійності архітектури та громадських просторів міст на ієрархічних рівнях міського простору, архітектурного об'єкта та елемента оздоблення у вітчизняній та закордонній практиці. На основі оцінки досвіду проектування виявлено тенденції у формуванні медійності сучасного архітектурного середовища, а саме: уніфікацію та

раціоналізацію; естетизацію без функціоналізації; закладення в архітектуру змісту та цінностей.

У підрозділі 1.5. **«Методи дослідження медійності архітектурних об'єктів та просторів»** визначено послідовність проведення дослідження та розроблено відповідний методичний інструментарій, що базується на сукупності загальнонаукових та спеціальних методів. У відповідності до завдань дослідження підібрано такі спеціальні методи: багатофакторний аналіз, дискурс-аналіз, феноменологічний та психоаналітичний методи.

У другому розділі **«Аналіз чинників та їх вплив на формування і розвиток медійності архітектури та громадських просторів»** виявлено та структуровано чинники впливу на архітектурну медійність. Проаналізовано три основні групи чинників (ландшафтно-просторові, архітектурно-естетичні, соціально-культурні), які мають найбільший вплив на формування медійності архітектури та громадських просторів. Детальні дослідження проведено на прикладі архітектури громадських просторів міста Львова. Встановлено закономірності та висвітлено особливості формування медійності архітектурних об'єктів і громадських просторів міст.

У підрозділі 2.1. **«Структура та класифікація чинників впливу на архітектурну медійність»** класифіковано чинники впливу на медійність архітектури та громадських просторів міст, що дозволяє краще зрозуміти процеси та алгоритми її формування. Виділено групи ландшафтно-просторових, природно-кліматичних, архітектурно-естетичних, соціально-культурних, історико-політичних, будівельно-технологічних, екологічних, науково-теоретичних чинників.

У підрозділі 2.2. **«Вплив ландшафтно-просторових чинників на формування медійності міських просторів»** розглянуто вплив природних та антропогенних ландшафтів на інформативну сутність середовища. Ландшафтно-просторові чинники визначено первинними у формуванні медійності архітектури та громадських просторів. На основі оцінки їх взаємозв'язків з медійністю архітектури Львова виявлено пріоритетність візуальної перцепції у ідентифікації ландшафтів міста. Антропогенні чинники, такі як планувальна та функціональна структури, а також силует забудови, мають значний вплив на формування ментальної медійності.

У підрозділі 2.3. «**Архітектурно-естетичні чинники створення та розвитку медійності архітектурних об'єктів та просторів**» подано класифікацію та висвітлено роль архітектурно-естетичних чинників у їх впливі на формування медійності міста Львова. Ключове значення для сприйняття архітектурного простору відіграють композиційні чинники. Оскільки художній образ міста формують історичні та сучасні форми, важливим є врахування їх взаємодії у медійності при проектуванні нових громадських просторів для збереження характеру міста.

Для з'ясування впливу медійності існуючих об'ємно-просторових форм Львова на його сучасних мешканців та відвідувачів обґрунтовано необхідність та проведено соціологічне опитування. За його результатами визначено найбільш медійні об'єкти у Львові (Оперний театр, площу Ринок, храм святих Ольги та Єлизавети, Домініканський собор, палац Потоцьких та Львівський вокзал) та встановлено, що найбільш зрозумілим для громадськості є однорідне середовище, виключно історичне або сучасне. Поєднання нового зі старим викликає розгубленість через труднощі з розумінням змісту такого середовища.

У підрозділі 2.4. «**Соціально-культурні чинники та їх вплив на інформативну сутність архітектури та просторів міст**» проаналізовано соціологічні, культурні та духовні групи чинників впливу на формування медійності архітектури та просторів Львова. Соціально-культурні цінності обумовлені особливостями ментальності мешканців певного регіону. Оцінка взаємозв'язків соціально-культурних чинників з інформативною сутністю дозволила зрозуміти, що найбільший вплив на сприйняття архітектурного середовища мають цінності, психологічний стан людини, а також її національна ідентичність.

У підрозділі 2.5. «**Закономірності та особливості медійності архітектурних об'єктів і громадських просторів міст**» встановлено закономірності та виявлено особливості у формуванні інформативної сутності архітектури та просторів міст на основі багатовимірної матриці взаємозв'язків між характеристиками медійності та чинниками впливу на неї. Серед закономірностей визначено: а) поліінформативність архітектурного середовища; б) залежність медійності від контексту; в) суперечливий характер сприйняття та розуміння медійності; г) здатність ідентифікувати

середовище; д) забезпечення унікальності архітектури громадських просторів. Особливості полягають у: а) домінуванні візуального сприйняття; б) першочерговому вираженні суспільних цінностей за допомогою медійності; в) перевазі ментальної медійності над фізичною; г) залежністю розуміння медійності від досвіду людини; д) психоемоційною реактивністю архітектурного середовища.

У третьому розділі «**Рекомендації щодо формування та розвитку медійності архітектури та громадських просторів**» обґрунтовано принципи та засоби формування медійності архітектури та просторів міст, розроблено медійну модель архітектури громадських просторів, вдосконалено методики аналізу, оцінки та обґрунтування проектних рішень щодо формування інформативної сутності архітектури та громадських просторів, сформульовано практичні рекомендації та здійснено апробацію результатів щодо розвитку медійності об'єктів та громадських просторів.

У підрозділі 3.1. «**Принципи та засоби медійності у формуванні архітектурного середовища**» підтверджено дослідження медійності архітектури та просторів як «мови» шляхом її порівняння з мовою лінгвістичною. До принципів у формуванні медійності архітектури та громадських просторів віднесено поліваріативність, динамічність, інтертекстуальність, автентичність, меморіальність, технологічність. Принцип поліваріативності позначає одночасну дію кількох видів інформації в архітектурному середовищі, яка сприймається за допомогою різних органів чуття. Динамічність проявляється у постійних змінах, переосмисленні та наділенні новими значеннями об'єктів чи просторів міст. Принцип інтертекстуальності вказує на важливість контексту та висвітлює інтеграцію закодованої медійності в мову міста. Принцип автентичності підкреслює необхідність врахування історії у процесі архітектурного проектування для збереження унікальності міського середовища. Збереження пам'яті в архітектурі та її здатність викликати емоції позначає принцип меморіальності. Технологічність висвітлює технологічні процеси, що відбуваються в сучасному архітектурному середовищі та їх інтеграцію. На основі аналізу та оцінки інформативної сутності міста Львова виявлено засоби формування медійності архітектури та просторів, такі як форми,

кольори, матеріали, знаки, символи, текст, звуки, запахи, освітлення, функції, новітні технології, контекст середовища.

У підрозділі 3.2. **«Медійна модель формування архітектури та розвитку просторів міст»** на основі поєднання різнодисциплінарних підходів дослідження інформативної сутності архітектурного середовища розроблено медійну модель архітектури та міських просторів. Модель складається із структурно-лінгвістичної, інформаційної, контекстуальної, психологічної та комунікативної компонент. Таким чином, медійна модель включає в себе як матеріально-практичний (фізичний), так і інформативно-естетичний (ментальний) аспекти, що визначають цінність архітектури та просторів міст.

У підрозділі 3.3. **«Методики аналізу, оцінки та обґрунтування рішень щодо медійності архітектури та громадських просторів»** вдосконалено методики аналізу та оцінки просторових ситуацій і обґрунтування проектних рішень для підвищення медійності архітектури та просторів міст. Аналіз та оцінка медійності архітектури та просторів робить акцент на дослідженні структури медійності та просторової граматики, змісту інформації, контексту, комунікації, психологічному аналізі та їх оцінці. Методика обґрунтування проектних рішень полягає у таких етапах, як постановка задачі медійності та визначення змісту інформації, здійснення передпроектного аналізу та оцінки просторової ситуації, визначення цілей психологічного впливу, розроблення концепції проекту, визначення засобів та структурних елементів медійності, прогнозування впливу та характеру комунікації.

У підрозділі 3.4. **«Практичні рекомендації та апробація результатів щодо формування та розвитку медійності об'єктів та громадських просторів»** запропоновано ряд практичних рекомендацій з метою вирішення проблем інформаційно-комунікаційного характеру в сучасних архітектурних просторах та розвитку їх медійності. Рекомендації стосуються уникнення перенасичення просторів міст інформацією, проектування у історично сформованому середовищі, формуванні толерантної архітектури та підкресленні атрактивності просторів. Результати дослідження апробовано для обґрунтування пропозицій щодо просторової організації і розвитку архітектури міста Львова та підтверджено їх ефективність.

Ключові слова: медійність архітектури, інформація, розвиток, містобудування, територіальне планування, простір міста, структура міста, гуманізація міста, громадський простір, взаємодія користувачів, візуальна комунікація, ідентичність, національний стиль, соціальна інфраструктура, естетика міста.

ABSTRACT

Parneta M. B. Principles and means of shaping and development of media formation in architecture of public spaces. - Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Dissertation for obtaining the scientific degree of Doctor of Philosophy (PhD) in specialty 191 "Architecture and urban planning". - Lviv Polytechnic National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Lviv, 2024.

The dissertation is dedicated to researching the theoretical foundations and enhancing the practical tools for development of media formation as a property of architecture and urban public spaces, characterized by their capacity to serve as carriers of information and elements of human communication. The research focuses not only on the physical aspects of architecture media formation but also on its mental manifestations that determine people's sensations within the urban environment.

In the first chapter, titled "**The State of Research and Preconditions for the Media Formation of Architecture and Urban Spaces**," the categorical and conceptual framework of the research is defined. The chapter highlights theoretical approaches to the process of architecture media formation, analyzes historical prerequisites for the development of media formation in the architectural environment, examines domestic and international experiences in shaping the media formation of contemporary objects, and justifies the methodological tools for investigating the informative essence of architecture and urban public spaces.

In subsection 1.1, titled "**Categorical and Conceptual Framework and the State of Research**," the etymology of the concept of media formation in architecture and urban spaces is determined, and its interdisciplinary nature is justified. Media formation is defined as the informative essence of architecture and spaces characterized by their capacity to serve as carriers of information and elements of communication with humans, influencing their

socio-cultural environment. The connection between media formation in architecture and fields such as architectural theory, semiotics, phenomenology, sociology, psychology, linguistics, media technologies, is established. Scientific works discussing media formation as a property of the architectural environment are examined. The lack of attention to the impact of contemporary architectural environments on human behavior within them is identified, as well as the absence of a systematic toolkit for researching the mediality of architectural public spaces.

In subsection 1.2, titled "**Theoretical Foundations for the Media Formation of Architecture and Spaces**," a theoretical-structural model of media formation in architecture is substantiated, which envisions its division into physical and mental aspects. The physical aspect includes those manifestations of media formation that have physical characteristics in the environment and can be perceived by humans through sensory organs. Mental media formation is directly dependent on the individual as the subject of perception. It is clarified that the theory of media formation in architecture of public spaces is rooted in a semiotic understanding of the sign as a structural unit of information. Prototypes of architectural signs and their models are examined to comprehend the perception of messages embedded in architectural forms and spaces.

In subsection 1.3, titled "**Historical Preconditions for Designing Media Buildings and Structures**," an analysis of the media formation throughout different stages of historical development is conducted at hierarchical levels within the city, public space, and architectural objects. Examining the genesis of architecture has allowed for the illumination of trends in changes in the media formation of architecture and spaces, including the contextual aspects of time, evolving needs and functions, perceptions of the world, and human values. The analysis of historical preconditions also identified constant factors in the media formation of architecture and urban spaces. At the urban planning level, these include the street and square network structure, functional zoning of the city; at the level of public space, they encompass transit routes and communication spaces near public objects; at the level of architectural objects, they involve forms, composition, and ornamentation.

Subsection 1.4, titled "**Domestic and International Experience in Media Formation of Architecture and Public Spaces**," is dedicated to investigating the media

formation of architecture and urban spaces at hierarchical levels within the urban environment, architectural objects, and decorative elements in both domestic and international practices. Through an assessment of design experiences, trends in the media formation of contemporary architectural environments have been identified. These trends include standardization and rationalization, aestheticization without functionalization, and the incorporation of content and values representation.

In subsection 1.5, titled "**Methods for Researching the Media Formation of Architectural Objects and Spaces**," the sequence of research activities is defined, and a corresponding methodological toolkit is developed, based on a combination of general scientific and specialized methods. In accordance with the research objectives, specialized methods are chosen, including multifactor analysis, discourse analysis, phenomenological and psychoanalytic methods.

In the second chapter "**Analysis of Factors and Their Impact on the Media Formation and Development of Architecture and Public Spaces**" factors influencing architectural media formation are identified and structured. Three main groups of factors are considered: landscape-spatial, architectural-aesthetic, and socio-cultural factors, which have the most significant impact on the formation of media architecture and public spaces. Detailed research is conducted using the example of the city of Lviv, revealing patterns and characteristics in the development of mediality in architectural objects and public spaces within the city.

In subsection 2.1, titled "**Structure and Classification of Factors Influencing on Architecture Media Formation**," factors influencing on the media formation of architecture and urban spaces in cities are classified, providing a better understanding of the framework of its formation. The identified groups of factors include landscape-spatial, natural-climatic, architectural-aesthetic, socio-cultural, historical-political, construction-technological, ecological, and scientific-theoretical factors.

In subsection 2.2, titled "**The Impact of Landscape-Spatial Factors on the Media Formation of Architecture in Urban Spaces**," the influence of natural and anthropogenic landscapes on the informative essence of the environment is examined. Landscape-spatial factors are identified as primary in shaping the media formation of architecture and spaces.

Through an evaluation of their relationships with the media formation of architecture in Lviv, the priority of visual perception in the identification of the city's landscapes. Anthropogenic factors, such as planning and functional structures, as well as building silhouettes, have a significant impact on the of mental media formation.

In subsection 2.3, titled "**Architectural-Aesthetic Factors in the Creation and Development of Media Formation of the Architecture and Spaces**," a classification of architectural-aesthetic factors is presented, and their role in the media formation of Lviv is explained. Compositional factors are of paramount importance in perceiving architectural space. Since the artistic image of the city is formed by historical and contemporary forms, it is essential to consider their collective media formation when designing new public spaces to preserve the city's character.

To understand the impact of the media formation of existing volumetric spatial forms in contemporary Lviv on its residents and visitors, the necessity of conducting a sociological survey is justified. Based on the survey results, objects with the biggest media formation in Lviv are identified (the Opera House, Rynok Square, the Church of Saints Olha and Elizabeth, the Dominican Cathedral, Potocki Palace, and Lviv Railway Station). It is determined that the environment that is exclusively historical or contemporary is most understandable to the public. The combination of the new with old can be confusing, as it is challenging to grasp the meaning of such an environment.

In subsection 2.4, titled "**Socio-Cultural Factors and Their Influence on the Informative Essence of Architecture and Urban Spaces**," sociological, cultural, and spiritual factors influencing the formation of media formation in Lviv's architecture and spaces are analyzed. Socio-cultural values are shaped by the mentality of the region's residents. The assessment of the relationships between socio-cultural factors and the informative essence has allowed for an understanding that the psychological state of an individual and their national identity have the most significant influence on the perception of the architectural environment.

In subsection 2.5 "**Patterns of Media Formation in Architecture and Specifics of Architectural Solutions for Objects and Public Spaces**" patterns and characteristics in the formation of the informative essence of architecture and urban spaces are identified

based on a multidimensional matrix of relationships between media formation and influencing factors. Among the patterns, poly-informativeness of the architectural environment, the dependency of media formation on context, the conflicting nature of perception and understanding of media formation, the ability to identify the environment and ensure the uniqueness of architecture and public spaces are recognized. The specifics include the dominance of visual perception, the primary expression of societal values through media formation, the prevalence of mental media formation over physical, the dependence of understanding of media formation on an individual's experience, and the psychoemotional reactivity of the architectural environment.

In the third chapter, titled "**Recommendations for the Creation and Development of Media Formation of the Architecture and Public Spaces**," tools and principles for shaping the media formation of architecture and urban spaces are identified and justified. A media model for the formation of architecture and the development of urban spaces is developed. Methodologies for the analysis, evaluation, and justification of decisions regarding the formation of the informative essence of architecture and public spaces are enhanced. Practical recommendations are formulated, and the results are tested for the development of media formation in objects and public spaces.

In subsection 3.1 "**Principles and Means of Shaping of the Media Formation in the Architectural Environment**" the relevance of studying the media formation of architecture and spaces as a "language" is identified through its comparison with linguistic language. Based on the analysis and evaluation of the informative essence of Lviv, the means for shaping the media formation of architecture and spaces are identified, including forms, colors, materials, signs, symbols, text, sounds, smells, lighting, functions, modern technologies, and the context of the environment. The principles in shaping the media formation of architecture and public spaces include polyvariability, dynamism, intertextuality, authenticity, memorability, and technological aspects. The principle of polyvariability signifies the simultaneous presence of various types of information in the architectural environment, perceived through different senses. Dynamism is expressed in constant changes, reinterpretation, and assigning new meanings to objects or urban spaces. The intertextuality principle emphasizes the importance of context and highlights the

integration of foreign mediality into the language of the city. The authenticity principle underscores the need to consider history in the architectural design process to preserve the uniqueness of the urban environment. The preservation of memory in architecture and its ability to evoke emotions is indicated by the memorability principle. The technological aspect highlights the processes occurring in the modern architectural environment and the active integration of advanced technologies into it.

In subsection 3.2, titled "**Media Model of Architectural Formation and Urban Space Development**," a media model for the formation of architecture and urban spaces is developed based on the combination of interdisciplinary approaches to studying the informative essence of the architectural environment. The model consists of structural-linguistic, informational, contextual, psychological, and communicative components. This media model encompasses both the material-practical (physical) and the informative-aesthetic (mental) aspects, which collectively determine the value of architecture and urban spaces in cities.

In subsection 3.3 "**Methods of Analysis, Evaluation, and Justification of Decisions on the Media Formation of Architecture and Public Spaces**" methodologies for pre-design analysis, evaluation of spatial situations, and justification of project decisions to enhance the media formation of architecture and urban spaces in cities are refined. The analysis and evaluation of the media formation of architecture and spaces involve the study of the structure of media formation and spatial grammar, content of information, context, communication, psychological analysis, and assessment. The methodology for justifying project decisions goes through several stages, including defining the task of media formation and determining the content of information, pre-design analysis and evaluation of the spatial situation, identifying the goals of psychological influence, developing the project concept, defining the means and structural elements of media formation, and forecasting the impact and communication characteristics. These steps collectively aid in making informed design decisions to enhance the media formation of architectural elements and urban spaces.

In subsection 3.4, titled "**Practical Recommendations and Validation of Results for Creation and Development of the Media Formation of Architectural Objects and Public Spaces**," a series of practical recommendations are proposed to address issues related

to information and communication within contemporary architectural spaces and enhance their media formation. These recommendations cover areas such as avoiding oversaturation of urban spaces with information, designing in historically developed environments, and promoting tolerant architecture. The results of the research are validated by applying them to justify proposals for spatial organization and architectural development in the city of Lviv. The effectiveness of these recommendations is confirmed through this practical application, further contributing to the development and enhancement of the media formation of architectural elements and public spaces in the city.

Key words: media formation of architecture, information, development, urban planning, territorial planning, urban space, urban structure, city humanization, public space, user interaction, visual communication, identity, national style, social infrastructure, urban aesthetics.

ПЕРЕЛІК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. **Парнета, М. Б.** (2022). Історичні передумови формування медійності архітектури та інформативності просторів міст. *Містобудування та територіальне планування*, 79, 296-312. DOI:10.32347/2076-815x.2022.79.296-312.

2. **Парнета, М. Б.** (2022). Методи аналізу та оцінки медійності архітектурних об'єктів та просторів. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 62, 76-89. DOI:10.32347/2077-3455.2022.62.76-89.

3. **Парнета, М. Б. & Парнета, Б. З.** (2022). Медійність елементів дизайну архітектурного середовища Львова. *Містобудування та територіальне планування*, 80, 306-316. DOI:10.32347/2076-815x.2022.80.306-316. *(Основний внесок автора: виявлення, систематизація та аналіз медійності елементів дизайну середовища).*

4. **Парнета, М. Б.** (2022). Зміни медійності архітектури та просторів міст під час війни. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 63, 77-86. DOI:10.32347/2077-3455.2022.63.77-86.

5. **Парнета, М. Б.** (2022). Ландшафтно-просторові чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Сучасні проблеми*

архітектури та містобудування, 64, 105-118. DOI:10.32347/2077-3455.2022.64.105-118.

6. **Парнета, М. Б.** (2022). Композиційні чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Регіональні проблеми архітектури та містобудування*, 16, 172-178. DOI:10.31650/2707-403X-2022-16-172-178.

7. **Парнета, М. Б.** (2023). Соціально-культурні чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Містобудування та територіальне планування*, 82, 297-308. DOI:10.32347/2076-815x.2023.82.297-308.

Стаття у науковому виданні, що включене до наукометричної бази даних Scopus:

8. **Parneta, M., Habrel, M. & Kovalchuk, V.** (2023). Justification of the Media-Linguistic Approach to the Formation of Architecture and Development of Urban Spaces. *Journal of Sustainable Architecture and Civil Engineering*, 33(2), 72-82. DOI: <https://doi.org/10.5755/j01.sace.33.2.33798>. (Основний внесок автора: вдосконалення методики медіа-лінгвістичного підходу до формування медійності архітектури громадських просторів міст).

Стаття у науковому періодичному виданні іншої держави:

9. **Parneta, M.** (2023). City language as a phenomenon of the media formation of architecture and spaces. Example of Lviv. *Space & Form. Przestrzen i Forma*, 53. DOI: 10.21005/pif.2023.53.C-02

Публікації в інших виданнях:

10. **Парнета, М. Б.** (2022). Архітектурно-естетичні чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Просторовий розвиток*, 2, 33-43. DOI:10.32347/2786-7269.2022.2.33-43.

11. **Парнета, М. Б.** (2023). Соціологічне опитування для оцінки медійності архітектурних об'єктів та просторів Львова. *Просторовий розвиток*, 4, 40-51. DOI:10.32347/2786-7269.2023.4.40-51.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

12. Габрель, М. М., Парнета, Б. З. & **Парнета, М. Б.** (2021). Символи, семантика та медійність архітектури та простору міст. *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference*, 359-363. (Основний внесок автора: систематизація медійних складових архітектурного середовища).
13. **Парнета, М. Б.**, Рибак, Р. Т. & Парнета, О. Б. (2022). Особливості виготовлення бетонів для підвищення медійності будівель та споруд. *Eurasian scientific discussions. Proceedings of IX International Scientific and Practical Conference*, 84-86. (Основний внесок автора: аналіз взаємозв'язків властивостей бетонів із медійністю об'єктів).
14. **Parneta, M.** (2022). Psychological aspects of the influence of media formation of architecture. *Modern science: innovations and prospects. Proceedings of XIII International Scientific and Practical Conference*, 101-103.
15. **Парнета, М. Б.** (2023). Принципи формування медійної архітектури у міському середовищі. *Scientific advances and innovative approaches. Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference*, 8-12. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7684466>
16. **Parneta, M.** (2023). Theoretical aspects of the media formation of the city landscapes. *World science priorities. Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference*. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10014384>.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ I. СТАН ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОСТІ АРХІТЕКТУРИ ТА МІСЬКИХ ПРОСТОРІВ.

1.1. Категорійно-поняттійний апарат та стан дослідження.....	24
1.2. Теоретичні передумови формування медійності архітектури і просторів...	36
1.3. Історичні передумови розвитку медійності будівель та споруд.....	43
1.4. Вітчизняний та закордонний досвід формування медійності архітектури громадських просторів.....	66
1.5. Методи дослідження медійності архітектурних об'єктів та просторів.....	88
Висновки до розділу I.....	100

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ЧИННИКІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК МЕДІЙНОСТІ АРХІТЕКТУРИ ТА ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРІВ.

2.1. Структура та класифікація чинників впливу на архітектурну медійність...	103
2.2. Вплив ландшафтно-просторових чинників на формування медійності міських просторів.....	107
2.3. Архітектурно-естетичні чинники створення та розвитку медійності архітектурних об'єктів та просторів.....	120
2.4. Соціально-культурні чинники та їх вплив на інформативну сутність архітектури та просторів міст.....	138
2.5. Закономірності та особливості медійності архітектурних об'єктів і громадських просторів міст.....	145
Висновки до розділу II.....	153

РОЗДІЛ III. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МЕДІЙНОСТІ АРХІТЕКТУРИ ТА ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРІВ.

3.1. Принципи та засоби медійності у формуванні архітектурного середовища.....	156
3.2. Медійна модель формування архітектури та розвитку просторів міст.....	166

3.3. Методики аналізу, оцінки та обґрунтування рішень щодо медійності архітектури та громадських просторів.....	171
3.4. Практичні рекомендації та апробація результатів щодо формування та розвитку медійності об'єктів та громадських просторів.....	181
Висновки до розділу III.....	192
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	195
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ.....	200
ДОДАТКИ.....	212

ВСТУП

Впродовж історії розвитку архітектури в об'єкти та громадські простори закладається певний зміст, який передається через архітектурні засоби, що дають можливість розрізняти архітектуру різних історичних періодів та місцевостей, розуміти функціональне призначення тих чи інших об'єктів.

У зв'язку зі зростанням масової культури та поширенням медіа-технологій, архітектурне середовище починає активніше впливати на соціокультурний простір та світоглядні цінності людей. Це обумовлює дослідження поняття «медійності» як властивості архітектури та просторів міст, що характеризується їх здатністю бути носіями інформації та елементами комунікації з людиною, і надає можливість розглядати місто як складову процесу взаємодії між людьми та середовищем, у якому вона знаходиться. Медійність може використовуватися для підвищення функціональності та комфорту просторів, забезпечення доступності та розуміння інформації про об'єкти, а також для створення естетичного образу середовища. Важливими є не лише фізичні аспекти медійності архітектури, але і її ментальні прояви, такі як сприйняття, емоційна реакція та вплив на поведінку людей у міському середовищі. Це відкриває перед дослідниками і практиками архітектури нові горизонти для розуміння, аналізу та розвитку міських просторів, зокрема в контексті їхньої ефективності, естетики та впливу на соціокультурну динаміку міста.

Актуальність дисертаційного дослідження обумовлена:

- змінами сучасного способу життя, що зобов'язує людину постійно перебувати в інформаційному середовищі, вплив якого не завжди є позитивним. Виникає потреба в обмеженні цього впливу. Грамотний підбір засобів формування медійності сучасної архітектури сприятиме покращенню комфорту мешканців;

- зникненням місцевого колориту та його характерних особливостей під тиском глобалізації, внаслідок чого архітектура стає уніфікованою, втрачає ознаки індивідуальності та різноманіття. Тому існує потреба в обґрунтуванні принципів формування медійності архітектури та просторів міст для розуміння їх культурної цінності;

- відсутністю в теорії архітектури ефективного методичного інструментарію щодо формування та розвитку медійності сучасних архітектурних об'єктів та просторів.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами:

Тема дисертації відповідає змісту «Стратегії сталого розвитку України до 2030 року» у п.2.3 «Забезпечити сталий розвиток регіонів на основі збереження національних культурних цінностей і традицій»; «Стратегії розвитку Львівської області на період 2021-2027 років» у п.3 «Збалансований просторовий розвиток»; «Комплексній стратегії розвитку Львова 2012-2025 рр.» у п.2.2 «Інші прийняті стратегії»; Постанові Верховної Ради України від 31.03.2016. № 1073-VIII «Реформи галузі інформаційно-комунікаційних технологій та розвиток інформаційного простору України» у п.3. «Щодо розвитку інформаційної інфраструктури».

Дослідження здійснене в межах наукового напрямку кафедри архітектурного проектування Національного університету «Львівська політехніка» - «Теоретично-практичні основи формування житлових і громадських будівель та споруд». Дисертація виконана в межах науково-дослідної роботи «Розробка методологічних основ просторового підходу до обґрунтування архітектурних рішень» (№0117U007605).

Мета дослідження: обґрунтувати принципи та засоби формування і розвитку медійності архітектури громадських просторів міст, вдосконалити методичний інструментарій щодо їх застосування у проектній практиці.

Об'єкт дослідження: медійність як властивість архітектури та міських просторів.

Предмет дослідження: принципи та засоби формування та розвитку медійності архітектури громадських просторів міст.

Завдання:

1. Сформувати категорійно-поняттійний апарат та здійснити аналіз літератури для дослідження феномену медійності архітектури громадських просторів.

2. Проаналізувати теоретичні та історичні передумови формування медійності архітектури громадських просторів.

3. Визначити послідовність та методику проведення дослідження медійності архітектури та просторів міст.

4. Виявити, систематизувати, проаналізувати та оцінити чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів.

5. Встановити закономірності та особливості у формуванні медійності архітектури громадських просторів міст.

6. Обґрунтувати загальні принципи та засоби медійності, а також розробити медійну модель формування архітектури та розвитку просторів міст.

7. Вдосконалити методичний інструментарій та практичні рекомендації щодо використання засобів формування медійності архітектури громадських просторів і апробувати результати проведених досліджень.

Межі дослідження. Емпіричні дослідження щодо формування медійності архітектури громадських просторів міст проведено в хронологічних межах ХХІ століття. Історичні аспекти розглядалися в ширшому часовому проміжку.

У територіально-просторовому відношенні детальні дослідження проведено на прикладі міста Львова. Тенденції щодо формування медійності встановлено на прикладі світового досвіду проектування архітектури та розвитку міських просторів.

Мериторичні межі дослідження обумовлені завданнями архітектури та громадських просторів міст.

Методи дослідження. Дисертаційна робота ґрунтується на сукупності загальнонаукових та спеціальних методів, що спрямовані на дослідження інформативної сутності архітектури громадських просторів. Для з'ясування стану дослідження та передумов формування медійності архітектури були використані такі загальнонаукові методи, як аналіз джерел та проектних матеріалів, структурний аналіз, системний підхід, аналогії, інтерпретації, узагальнення. Дослідження чинників впливу на формування медійності архітектури та просторів базується на методах натурних обстежень, фотофіксації, багатофакторному аналізі, соціологічному, психоаналітичному методах. Формулювання рекомендацій щодо

формування медійності архітектури здійснено на основі дискурс-аналізу, психоаналітичного та феноменологічного методів. Для візуалізації результатів дослідження та обґрунтування висновків використано методи графічного моделювання.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що:

вперше:

- систематизовано чинники впливу на формування інформативної сутності архітектурного середовища та здійснено теоретичне осмислення феномена медійності архітектури громадських просторів;

- встановлено закономірності та особливості взаємозв'язків характеристик медійності з архітектурно-просторовими властивостями міського середовища (на прикладі міста Львова);

- обґрунтовано принципи формування медійності архітектури та просторів як мови міста;

- розроблено медійну модель формування архітектури та розвитку просторів міст;

удосконалено:

- теоретичну базу для дослідження інформативної сутності сучасної архітектури та просторів міст;

- систематизацію сучасних архітектурних засобів формування медійності;

- методики аналізу, оцінки та обґрунтування проектних рішень щодо формування медійності архітектурного середовища;

подальший розвиток отримали:

- системний підхід в проектуванні внаслідок його доповнення такою властивістю архітектури громадських просторів як медійність;

- практичний інструментарій щодо застосування медійної моделі та методики обґрунтування архітектурних рішень.

Особистий внесок здобувача. Усі результати, отримані в процесі дисертаційного дослідження, отримані здобувачем особисто.

Апробація результатів роботи. Основні положення та результати дисертаційної роботи було висвітлено на п'яти міжнародних наукових конференціях: «Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects» (Берлін, 21-23 листопада 2021), «Modern science: innovations and prospects» (Стокгольм, 18-20 вересня 2022), «Eurasian scientific discussions» (Барселона, 25-27 вересня 2022), «Scientific advances and innovative approaches» (Токіо, 23-24 лютого 2023), «World science priorities» (Відень, 12-13 жовтня 2023).

Публікації. Основний зміст та висновки дисертації висвітлено у 16 наукових публікаціях. Серед них: 7 - у фахових виданнях України; 1 - у науковому виданні, що включене до наукометричної бази даних Scopus; 1 - у науковому періодичному виданні іншої держави; 2 - в інших виданнях; 5 - тези доповідей наукових конференцій.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається із анотації, вступу, трьох розділів досліджень, висновків, списку використаних джерел (149 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 230 сторінок: з них 144 сторінки основного тексту, 55 сторінок графоаналітичного матеріалу (рисунок і таблиці), 12 сторінок зі списком використаних джерел та 19 сторінок із 4 додатками.

РОЗДІЛ I. СТАН ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОСТІ ГРОМАДСЬКОЇ АРХІТЕКТУРИ

1.1. Категорійно-поняттійний апарат та стан дослідження.

У світі, де інформація є важливим ресурсом, важливу роль відіграють засоби масової інформації або медіа, що є системою засобів передачі інформації, яка розрахована на масову аудиторію. Це обумовлює виникнення такого поняття, як «медійність», що означає здатність привертати увагу за допомогою інформації та комунікації. Медійність може мати різне значення в різних сферах діяльності. Наприклад, у маркетингу, медійність описує здатність рекламного повідомлення залучити увагу до бренду або продукту; у журналістиці медійність відноситься до здатності новини або історії привернути увагу аудиторії; в політиці медійність означає здатність політичного кандидата або партії залучитись підтримкою виборців; у культурній сфері медійність описує здатність музичного виконавця, фільму, книги чи іншого твору набути популярності.

Архітектура та громадські простори теж є елементами культури медіа. Будівлі та споруди є не лише фізичними структурами, а й медійними каналами, які передають соціальні, культурні та політичні значення. Тож доцільним є дослідження медійності архітектури та просторів.

У контексті архітектурної теорії «*медійність*» - це властивість архітектури та просторів міст, що характеризується її здатністю бути носієм інформації та елементом комунікації з людиною (рис. 1.1.1). Це означає, що архітектурний простір є не просто середовищем для людської діяльності, але й засобом для привернення уваги людей з метою передачі певних повідомлень. Медійність архітектури також означає, що будь-яка будівля, споруда чи громадський простір мають вплив на сприйняття людьми інформації та на їх поведінку. У свою чергу, громадські простори є важливими місцями соціальної взаємодії та формування національної ідентичності. Таким чином, медійність архітектури та громадських просторів впливає на культурне, естетичне та соціальне середовище, у якому ми живемо. Тож дослідження медійності архітектури громадських просторів є важливим завданням, що дозволяє краще розуміти вплив архітектури громадських просторів міст на нашу культуру та суспільство.



Рис.1.1.1. Етимологічний апарат дослідження (рисунок автора)

Архітектори, які розуміють медійність, здатні створювати будівлі та простори, що гармонійно вписуються в навколишнє середовище та задовольняють потреби користувачів.

Поняття медійності включає в себе інформативність та комунікативність архітектури. **Інформативність** архітектури означає можливість сприйняття та отримання інформації через архітектурні засоби. **Комунікативністю** вважається здатність архітектурного середовища чи окремого об'єкта забезпечувати соціальну комунікацію між людьми.

Варто розділити поняття «медійності архітектури» та «медійної архітектури». У наш час медійність архітектури зазвичай пов'язана з використанням нових технологій у процесі створення архітектурних форм та взаємодії з громадським простором. **Медійною будівлею** називають об'єкт, об'ємно-просторова структура якого містить мультимедійні технології та механізовані системи, що призначені для забезпечення різноманітних функціональних процесів життєдіяльності людини. Такі будівлі часто пов'язані із такими властивостями, як інтерактивність та адаптивність.

Інтерактивністю називаємо здатність архітектури, як інформаційно-комунікаційної системи, активно реагувати на дії користувача. Така властивість вважається ознакою того, що будівля «розумна».

Адаптивністю в архітектурі є її здатність пристосовувати свої параметри у відповідності до вимог експлуатації та середовища. Адаптивною архітектурою називають будівлі, які можуть змінювати свої характеристики у відповідності до умов експлуатації. Вони презентують принципово новітній підхід до архітектурного проектування.

Медійність архітектури є складним і багатогранним явищем, що вивчається в рамках декількох наукових галузей, таких як архітектурна теорія, семіотика, феноменологія, соціологія, психологія, лінгвістика, сфера технологій (рис.1.1.2).

Першим архітектором, який заклав початок розвитку медійності у практиці архітектури, вважають французького архітектора доби неокласицизму Клода Ніколя Леду.



Рис.1.1.2. Типологічна характеристика стану дослідження медійності архітектури та просторів (рисунок автора)

Його інноваційні ідеї у сфері урбанізму та архітектури (ескізи ідеального міста Шо), були наповнені різноманітними символами та значеннями (Gallet, 1982), через які архітектура «розмовляла» з людьми.

Концепція медійності в **теорії архітектури** з'явилась у 60-х роках ХХ століття. Одним із перших, хто запропонував ідею медійності архітектури, був канадський літературний критик Маршал Маклюен. Він зазначав, що засоби масової інформації та технології змінюють спосіб, яким ми сприймаємо світ, і це має великий вплив на архітектуру. У праці «The Medium is the Message» (McLuhan, 1964). Маклюен порівнює архітектуру з іншими медіа, такими як преса, радіо та телебачення. Він стверджує, що архітектура також є засобом медіа, що має свої власні властивості та вплив на людей, які користуються цим простором.

Термін «медійність» щодо архітектури вперше запропонував американський архітектурний теоретик Джеймсон Бергер у своїй книзі «Ways of Seeing» (Berger, 1972). Він використовував термін «медійність» для опису взаємодії архітектури з глядачем та навколишнім середовищем, і підкреслював, що архітектура є способом комунікації та передачі інформації. З тих пір поняття «медійності» стало важливим поняттям в архітектурній теорії та дослідженнях.

Кевін Лінч, американський архітектурний теоретик та дослідник міського середовища, розглядав медійність архітектури з погляду її спроможності комунікувати з мешканцями та відвідувачами міста. Він вважав, що успішність архітектурного середовища полягає у його здатності забезпечувати якісну комунікацію між користувачами та простором (Lynch, 1981). Лінч стверджував, що архітектура має бути зрозумілою і логічною для людей, які в ній перебувають, та повинна надавати їм зручні та зрозумілі шляхи навігації. Одним з найвідоміших творів Лінча, в якому він розглядає питання медійності архітектури, є книга «Образ міста» (Lynch, 1960). У цій праці Лінч досліджує, як міста сприймаються та розуміються мешканцями, та надає рекомендації щодо того, як покращити зрозумілість і логічність міського середовища.

Виявленням та аналізом аспектів матеріальної медійності займався Юхані Паласмаа (Pallasmaa, 1994). Його дослідження зосереджені на впливі архітектурного

середовища на п'ять чуттів людини (зір, слух, нюх, смак, дотик). Цю тематику продовжив вивчати П.-В. Вермірш (Vermeersch, 2013), сформулювавши концепцію мультисенсорного підходу до проектування архітектури.

Значний вклад у дослідження медійності архітектури зробив Вільям Мітчелл (Mitchell, 2003). Він аналізує взаємодію між архітектурою громадських просторів та людським мисленням. Він досліджує, які впливи мають архітектурні форми та просторові конфігурації на сприйняття та поведінку людей, а також як архітектура може бути використана для підтримки інформаційних потоків та комунікації між людьми. У своїх наукових працях він активно використовує теорії медіа-екології для аналізу архітектурного середовища та громадських просторів.

Серед українських науковців дослідження образу міста та його трансформацій проводять М. Габрель (2004), М. Косьмій (Габрель & Косьмій, 2019), Ю. Шкодовський (2007), К. Батаєва (2011), В. Бабенко (2015), А. Беломєсяцев (2005). М. Дьомін (Дьомін, Левітан & Марков, 2005) наводить модель, що пов'язує людину, середовище й діяльність. Національну ідентичність архітектурного середовища досліджує Б. Черкес (2008).

Медійність архітектури є елементом вивчення архітектурної **семіотики** - науки про знаки та їх інтерпретацію. Першим дослідником архітектури крізь призму семіотики був філософ і лінгвіст Умберто Еко (2004). Він бачив архітектуру як систему знаків, яка може бути прочитана і інтерпретована залежно від контексту та культурного коду.

Формування семіотики в архітектурі припадає на період розвитку постмодернізму в архітектурі. У 1970-1980-х рр. було створено низку семіотичних ідей, багато з них формувались на основі інтерпретації класичних елементів (Ч. Дженкс, М. Грейвз, Ч. Мур), про які пише Л. Стародубцева (1998). В медійності архітектури немає кінцевого результату – лише неперервна зміна станів. Схоже бачення міста сформулювали представники Лос-Анджелеської школи урбаністики, говорячи про постійні зміни міського простору в процесі його функціонування як соціокультурного утворення. Отже, архітектура як текст – це динамічний механізм. Вміння читати його знаки є важливим для його гармонійного існування та розвитку.

П'єр Пелегріно – французький архітектор та теоретик, що досліджує зв'язок між архітектурою та семіотикою. Він вважає, що архітектура є важливою формою комунікації між людьми та середовищем, в якому вони живуть. У своїй праці (Pellegrino, 2006) він використовує поняття «семіотика архітектури» для опису того, як архітектурні елементи та форми взаємодіють з людьми та впливають на їх сприйняття. Він досліджує, які символи, знаки та сигнали використовуються в архітектурі, щоб передати певні ідеї та значення. Він також вивчає, як архітектурні символи та знаки можуть відображати культурні та соціальні цінності, а також як вони можуть використовуватися для передачі ідеології та політичних поглядів.

Семіотичні аспекти архітектури досліджували радянські теоретики О. Раппапорт та Г. Сомов (1990). Їх концепція полягала у багатогранності архітектурних форм та їх інтерпретацій. Ю. Лотман (2000) розвиває цю ідею і вводить поняття «семіосфери» як простору, наповненого символами та знаками. Місто постає семіотичним механізмом, відображенням та генератором культури. Проблеми виразності та художньої образності в архітектурних об'єктах і розвиток різних систем художньої мови, створених архітектурою, описує А. Іконніков (Иконников, 1985). На основі символів В. Топоров (1995) аналізує семіотичний образ міста, що знайшов подальший розвиток у дослідженнях Ю. Янковської (2004).

Архітектурну семіотику також розглядають українські науковці. С. Лінда досліджує поняття «архітектурного знака» та «архітектурного тексту» на прикладі архітектури історизму (Лінда, 2012а). Інформаційні символи міста аналізує Л. Мацько (2008). Значення символіки храмової архітектури висвітлює В. Михалевич (2019). Роль символів для архітектурної мови міста з'ясовує Т. Русевич (2013).

Феноменологічні дослідження відіграють важливу роль у медійності архітектури та просторів. Значний внесок у розвиток теорії архітектурної феноменології зробив німецький архітектурний теоретик Крістіан Норберт-Шульц. У своїх дослідженнях він висловлював тезу, що архітектура, як і будь-яке інше мистецтво, є формою вираження ідей, цінностей та культурних уявлень суспільства. У своїй книзі «Genius Loci: Towards a phenomenology of architecture» (Norbert-Schulz, 2004) автор розглядає зв'язок між архітектурою та місцем, а також визнає важливість

контексту та історичної спадщини у формуванні архітектурних знаків, називаючи це «духом місця». Він також аналізував роль архітектурних елементів у виконанні певних функцій і передачі певного змісту, наприклад, функції входів або вікон у будівлі. Норберг-Шульц вважав, що архітектура має свою власну мову, яка передає значення і зміст, і ця мова повинна бути розглянута з точки зору її феноменологічного характеру. Він розглядає архітектуру як систему, яка має певний зміст і яка може бути сприйнята та інтерпретована різними людьми залежно від їх індивідуальних особливостей та культурного контексту.

Британський архітектор та теоретик Крістофер Александер пропонує феноменологічний підхід до архітектурного проектування на основі «шаблонів». «Властивість без назви» – центральне поняття у книзі, з якого Александер починає ділитись своїм аналізом цього творчого методу. Саме така властивість робить навколишній світ живим. У своїй праці (Alexander, 1979) він використовує поняття «шаблонів» як взірців, які можна повторювати, щоб створювати нові будівлі. Александер вважає, що використання «шаблонів» допомагає архітекторам створювати не тільки функціональні, але й красиві та зручні простори, які відповідають потребам та вимогам користувачів. Він також вважає, що використання «шаблонів» допомагає зберігати традиції та культурний досвід в архітектурі, а також забезпечує більш ефективне використання ресурсів у будівництві.

Девід Сімон є одним із провідних дослідників феноменології архітектури. У своїй праці (Seamon, 1979) він досліджує взаємодію між людиною та її оточенням, та як ця взаємодія впливає на наше сприйняття та розуміння світу.

Феноменологію медійності архітектури та просторів також досліджував французький філософ Моріс Мерло-Понті (Merleau-Ponty, 2011). Він стверджував, що один і той самий об'єкт у різних середовищах буде сприйматися по-різному. У цьому полягає сутність архітектури та її медійності.

Феноменологічний підхід до розуміння змісту в архітектурі спостерігається у праці Крістофера Дея (Day, 2014). Згідно його переконань архітектура впливає на місце, екологію буття, дух світу, в якому ми живемо і прямо впливає на людину, тож архітектурне середовище повинне бути «місцем для душі». Архітектура повинна

формувати гармонійне оточення, в якому люди почуватимуться легко і спокійно, тому вона повинна вирости з принципу діалогу.

Французький філософ Ален де Боттон (Botton, 2006) пише про архітектуру як про живе середовище, що не тільки визначає поточний настрій мешканця чи гостя, а й певною мірою визначає майбутнє. Тому важливим, на його думку, є дослідження унікального досвіду сприйняття архітектурного середовища для створення «архітектури щастя».

Феномен «духу місця» вивчають також в контексті українських міст такі науковці, як Н. Шебек (2013), М. Препотенська (2020), І. Снітко, М. Курушина (2018).

Тема медійності архітектури розвивається і в галузі **соціології**. Генрі Лефевр, французький соціолог та філософ, досліджував медійність архітектури в своїй праці (Lefebvre, 1974). Він аналізує, як створюються архітектура та інші просторові форми під впливом соціальних та політичних процесів. Він досліджує, як місця, які ми займаємо, формують наші ідеї, сприйняття та взаємодію в суспільстві. Лефевр був одним з провідних дослідників соціальної просторової теорії та зробив внесок у розвиток теорії медійності архітектури.

Французький соціолог М. де Сарто досліджує інформативність міста як його мову (Certeau, 2011). Він стверджує, що архітектурна діяльність у місті повинна бути орієнтованою на взаємодію із соціумом. Тож осмислення медійності міста як комунікації з його мешканцями визначає унікальність міста як об'єкта дослідження.

Створювати простори з врахуванням масштабу людських потреб закликає Й. Гел (Gehl, 2013). На його думку медійність архітектури повинна транслювати турботу про комфорт людини, тільки тоді об'єкти та простори зможуть бути схвалені суспільством.

Соціологічні аспекти медійності архітектури безпосередньо пов'язані із менталітетом суспільства, його національною пам'яттю. Проблематику національної ідентичності в українській архітектурі піднімали В. Середа (2008) та А. Громнюк (2013).

Роль соціальних процесів в архітектурі висвітлюють Н. Міхно (2020), О. Главацький (2014), К. Майстренко (2014).

Значну роль медійність архітектури та громадських просторів відіграє у **психологічних** дослідженнях, що стосуються вивчення впливу середовища на психіку людини та її когнітивні здібності.

Фізичні та ментальні прояви медійності архітектури досліджує британський психолог Чарльз Спенс. В своїй праці (Spence, 2020) він акцентує на тому, що архітектура повинна сприйматись не лише візуально, а й через інші чуттєві способи, такі як слух, дотик та запах. Він розглядає архітектуру як мультисенсорний засіб комунікації, що забезпечує взаємодію між людьми та середовищем. Спенс стверджує, що медійність архітектури полягає в її здатності передавати інформацію та сприймати зворотний зв'язок від користувачів, що дозволяє адаптувати середовище до їхніх потреб і бажань. Таким чином, медійність архітектури є важливим аспектом в розумінні того, як люди сприймають і взаємодіють з навколишнім середовищем.

Вплив архітектурної медійності на психічний стан людини досліджує Коллін Еллард. У своїй книзі (Ellard, 2015) науковець вивчає вплив середовища на людські емоції. Особливу увагу він звертає на важливість озеленених просторів. Психологічні аспекти просторів також вивчають С. Августін, Н. Франкель, С. Коулмен (Augustin, Frankel & Coleman, 2015).

Серед вітчизняних дослідників психології в архітектурі варто згадати С. Грабовську, яка розробила модель впливу архітектурного середовища на психічне здоров'я його мешканців (Грабовська & Липецька, 2020). Дослідженнями простору в межах інвайронментальної психології займається О. Мер'є (2019) та Д. Тапалчинова (2019).

У дослідженні медійності архітектури значну роль відіграє **медіалінгвістика**, що є галуззю лінгвістики, яка досліджує використання мови в масовій комунікації. Цей напрямок досліджує природу та функції мови у медіа сфері, її взаємозв'язок з соціальним контекстом та впливом на аудиторію. Медіалінгвістика також досліджує мовні технології, що використовуються при формуванні медійності. У контексті архітектури, медіалінгвістика може використовуватися для аналізу мови архітектури та її впливу на користувачів, а також для створення медійності архітектури, що

використовує мовні засоби масової комунікації для передачі інформації та взаємодії з користувачами.

Серед дослідників, які внесли вагомий внесок у розвиток медіалінгвістики в архітектурі, можна виділити таких вчених, як М. Холлідей, М. Рубіно, Г. Гемунден, Б. Гільє, М. Деррош.

Майкл Халлідей - австралійський лінгвіст, який заснував системно-функціональну лінгвістику, що знайшла своє застосування в медіалінгвістиці в архітектурі. Халлідей описує мову як семіотичну систему (Halliday, 2003). Для нього мова архітектури є «смысловим потенціалом», тож її дослідження є необхідним для розуміння того, як люди обмінюються значеннями за допомогою простору.

Марія Рубіно - італійська дослідниця, яка зробила значний внесок у розвиток медіалінгвістики в архітектурі, зосередившись на вивченні взаємодії між мовою та простором. Одним з головних напрямків дослідження Марії Рубіно є аналіз мовних структур архітектурного дизайну (Rubino, 2009). Вона досліджує, які мовні засоби використовуються для опису просторових об'єктів та як ці засоби впливають на сприйняття та інтерпретацію архітектурного простору. Рубіно вивчає семантику та синтаксис архітектурної мови, щоб зрозуміти, як вони використовуються для передачі певних ідей та концепцій. Крім того, Марія Рубіно також досліджує використання медіа-технологій у архітектурі та їх вплив на сприйняття простору (Rubino, 2011). Вона аналізує віртуальні та доповнені реальності, інтерактивні інсталяції та інші медіа-технології, щоб зрозуміти, як вони можуть допомогти створити нові способи сприйняття та взаємодії з простором. У своїх дослідженнях Марія Рубіно використовує когнітивні методи дослідження, такі як експериментальні психологічні тестування та аналіз мовного корпусу, для отримання детальної інформації про сприйняття та інтерпретацію архітектурного простору (Rubino, 2016).

Герд Гемунден - німецький дослідник, який працює в галузі вивчення мовленнєвих та зорових засобів комунікації в архітектурі та містобудуванні. Він аналізує способи, якими архітектурні структури взаємодіють з користувачами, а також те, які ефекти вони мають на психологію та сприйняття людей (Gemunden, 2015). Одним з ключових понять, які він використовує в своїх дослідженнях, є

«архітектурний текст», який він розуміє як комунікативну систему, що включає в себе архітектурні засоби. Гемунден також розглядає архітектуру як форму мовленнєвої дії, що включає в себе комунікативні цілі та інтенції (Gemunden, 2018). Він аналізує способи, якими архітектурні структури виконують різні комунікативні функції, такі як передача інформації, виклик певних емоцій чи створення атмосфери.

Білл Гільє – британський професор, що досліджував теоретичні та практичні аспекти взаємодії мови та архітектури в контексті створення більш ефективного та зручного житлового середовища. Його дослідження фокусуються на вивченні того, як мова та комунікація впливають на сприйняття та розуміння архітектури людьми, а також на те, як архітектурні структури відображають мовну структуру та синтаксис (Hillier, 2005). М. Деррош окреслює способи, якими мова залучена до форми та функціонування міст, та розглядає концепцію універсальної мови у просторі міста. (Darroch, 2008).

Різницю між поняттями «мови міста» і «мови» в лінгвістиці з'ясовує українська дослідниця Г. Сікора (2016). Вона доводить доцільність аналізу мови міста за філологічними правилами. Методику аналізу архітектури як мови пропонує М. Блінова (2010).

Оскільки медійність сучасних будівель та споруд тісно пов'язана із сучасними **медіа технологіями**, то її дослідження охоплює і цю сферу.

Сучасне місто, на думку австралійського теоретика Скота МакКвайєра (McQuire, 2010), постійно наповнюється інформацією завдяки численним екранам та іншим пристроям у громадському просторі. Засоби масової інформації в цьому контексті є не лише допоміжними елементами комунікації, а становлять саму сутність міського публічного простору.

Китайський науковець К. Ванг досліджує можливості застосування різноманітних технічних засобів для можливості формування змішаної реальності у архітектурному середовищі (Wang, 2009). Стівен Лавалль, фінський професор робототехніки та віртуальної реальності, пропонує вирішення інженерних питань для інтеграції засобів віртуальної реальності в архітектуру (LaValle, 2016).

Великий вклад у теорію медіа архітектури робить Нільс Воутерс. Його роботи (Wouters et al., 2016) спрямовані на підкреслення локальних якостей середовища, вирішення контекстуальних проблем та підтримку комунікації в архітектурі саме завдяки її технічному наповненню.

Застосування інтерактивних технологій для заохочення перехожих до взаємодії з архітектурним середовищем досліджують Е. В. Моер (Moere & Purchase, 2011), К. Конгнерт (Wouters et al., 2016), Е. Економідоу (Economidou, 2020).

Серед вітчизняних науковців медійну роль інноваційних споруд в міській структурі досліджує Н. Крижанівська (Крижановская, 2016). Аспекти проектування інтерактивних будівель із застосуванням у їхній об'ємно-просторовій структурі мультимедійних технологій і трансформованих інтер'єрних систем із застосуванням роботизованого архітектурного середовища вивчають В. Вотінов та О. Смірнова (2019), зокрема аспекти формування інтерактивних будівель, у які інтегровані сучасні технологічні засоби. Н. Сергеева (2008) висвітлює аспекти формування об'єктів медіа дизайну при формуванні сучасного міського середовища.

Проаналізувавши опубліковані праці, що стосуються медійності архітектури та громадських просторів, можна зробити висновок, що дана тема є актуальною для вивчення і має ряд перспективних напрямів для подальшого дослідження, а саме: виявлення принципів медійності сучасної архітектури та просторів, формулювання методики щодо формування архітектурної медійності, створення моделей медійності об'єктів та просторів.

1.2. Теоретичні передумови формування медійності архітектури і просторів.

Оскільки інформація в архітектурі сприймається із матеріального простору, а розуміється та інтерпретується за допомогою когнітивних здібностей людського мозку, то логічним є поділ медійності архітектури та просторів міст на фізичну та ментальну (рис.1.2.1.). До **фізичної** відносяться ті її прояви, які мають фізичні характеристики у середовищі та які людина може сприймати за допомогою органів чуття. Таким чином, фізична медійність може бути **візуальною, звуковою, нюховою** і

тактильною. Найбільше інформації закладається у візуальну медійність, однак інші фізичні прояви медійності теж відіграють важливі ролі (Spence, 2020).

За допомогою зору людина може сприймати форму, кольори, текстури та розміри будівель. Тож візуальна медійність поділяється на: геометричну, числову, образну, текстову, та колірну. Архітектурні об'єкти можуть містити як один, так і кілька видів візуальної медійності. *Геометрична* медійність проявляється через асоціативні характеристики фігур та ліній (вертикаль – прагнення до небес; горизонталь – міцна основа; коло – цілісність та безкінечність; хрест – стабільність тощо) (Cirlot, 2001). *Числа* мають важливе семантичне значення, що виражається в архітектурі через застосування певної кількості архітектурних елементів. Число «1» позначає єдність, мудрість; «2» – протиставлення; «3» – зростання, святу Трійцю; «4» – стійкість, порядок; «5» – п'ять чуттів, активність; «6» – рівновагу; «7» – удачу; «8» – гармонію; «9» – силу та енергію (Лосев, 1995).

Образна медійність є складнішою для трактування, адже вона являє собою зображення певних предметів чи явищ, до яких можна підібрати ряд асоціацій. Наприклад, одним із найдавніших метафоричних символів в культурі є *дерево*, яке у різних народів світу символізує модель всесвіту та людини. Воно також є посередником між світами дійсним та потойбічним. Ще одним поширеним символом-метафорою є підкова (символ благополуччя).

Окремої уваги заслуговує метафорична національна символіка. Українська культура багата на символи, їх походження сягає прадавніх часів. Особливо шанованими були рослинні та тваринні символи: калиновий міст, зоря, місяць, калина, верба, кінь, риба, коза, бджоли тощо. Глибоко символічним є обереги, яких в українського народу існувало дуже багато. Вони уособлюють найрізноманітніші захисні сили від усілякої небезпеки: хворіб, нечистої сили, стихійного лиха тощо. Найпоширенішими оберегами, до яких вдавалися в будь-якій ситуації, були предмети з християнською символікою.

Текстова медійність теж часто використовується в архітектурі, хоча її сенс не такий глибинний, як у вищезгаданих символах.



*Рис.1.2.1. Теоретична структура медійності архітектури громадських просторів
(рисунок автора)*

Текстові символи вживаються зазвичай у буквальному сенсі, позначаючи певні назви чи описи. На фасадах будівель часто можемо побачити імена власників цих будівель, дати їх спорудження тощо.

Також смислове значення в медійності архітектури має також і *колір*, що викликає у людей різноманітні емоційні реакції та асоціації (Лапшина, 2019) : білий - чистота, добро, невинність; чорний - печаль, траур, темрява, зло; синій - холод, печаль; зелений - мир, спокій; жовтий - тепло, радість; червоний - любов, пристрась, вогонь; сірий - нудьга, безвихідь. Варто зазначити, що раніше колірна палітра архітектурного простору міста була більш комфортною для зорового сприйняття, кольорові акценти застосовувались рідко через нюансну колористику природного оточення та традиційних будівельних матеріалів. Зараз міста насичені різноманіттям кольорів. З одного боку, це робить його цікавішим, з іншого – чинить значне психофізіологічне навантаження на людину. Дія кольору відображається на психоемоційному стані людини, впливає на когнітивні здібності. Наприклад, застосування яскравих кольорів у рекламних вивісках, вітринах крамниць створює суцільну хаотичну інформаційну стрічку вздовж вулиці.

Чутливість до звуку дозволяє сприймати акустичні характеристики простору, такі як висота стелі, матеріали поверхонь та їхнє розташування, що впливає на якість звукової оболонки приміщення. Дотик дає можливість відчувати матеріали та текстури, а також температуру поверхонь. Нюх та смак також можуть впливати на сприйняття простору, зокрема на сприйняття ароматів та смаків у різних місцях. Комбінація цих чуттєвих вражень утворює загальне сприйняття архітектурного простору.

Ментальна медійність не має фізичних проявів і безпосередньо залежить від людини як суб'єкта сприйняття. До ментальної медійності відноситься її *ідентифікація*, тобто сам зміст, який може інтерпретувати для себе спостерігач. Матеріальний каркас архітектурного об'єкта наповнюється в процесі проектування і експлуатації змістом. Кожен об'єкт має закладену у своїй сутності ідею і своїм фізичним образом є її ідентифікацією.

Інтенціональна медійність містить уявлення, що виникають у людини від отриманої інформації. Важливо зазначити, що інтенції можуть відрізнятися в залежності від досвіду конкретної людини.

Емоційна складова медійності включає в себе емоції, що є реакцією на ідентифікацію та інтенцію. Архітектурне середовище має важливий емоційний компонент, який впливає на нашу поведінку та вчинки. Архітектурні об'єкти і ансамблі можуть створювати емоційну основу для життя всього суспільства, включаючи його соціалізацію. Людина, сприймаючи архітектурне середовище, розуміє та інтерпретує закладену в нього інформацію, що в свою чергу викликає певні емоції. Ця думка стає провідною у вирішенні проблем створення сучасної архітектури та просторів. Об'єкти можуть викликати позитивні, негативні або змішані емоції. В останньому випадку людині важко визначити своє ставлення до об'єкта чи простору. Причиною виникнення емоцій може бути як закладена в архітектурі інформація, так і неможливість її відшукати.

Важливу роль у теорії архітектурної медійності відіграють семіотичні дослідження такої структурної одиниці інформації як **знак**, а явища, які його стосуються, варто розглядати як такі, що мають певний сенс (Pellegrino, 2006). Саме таким явищем можемо назвати медійність архітектури.

В різних культурних контекстах одна і та ж форма може набувати різного змісту. Необхідність використання символіки в архітектурних формах пояснюється специфічним призначенням самих об'єктів. Надання архітектурі актуального символічного змісту сприяє усвідомленню її цінності.

Форми і типи знаків у медійності архітектури та міських просторів відображають комбіноване бачення давньої та сучасної реальності. Будь-яка художньо-композиційна система може розглядатися як своєрідна мова, кожна «літера» та «слово» якої несуть не лише суто естетичну, а й певну смислову інформацію. Дослідження цієї тематики перетворилось у цілу науку – семіотику, основою якої стало вивчення знаків та їх сенсів. Першочергово вона стосувалась літератури, її засновниками вважаються швейцарський лінгвіст Фердинанд де Соссюр та американський філософ Чарльз Пірс.

Фердинанд де Соссюр (Saussure, 1971) дає визначення лінгвістичного знаку (рис.1.2.2.) як єдності «означаючого» (форма, якої набуває знак) та «означуваного» (поняття, яке він подає). Різницю між цими поняттями ототожнюють з дуалізмом форми і змісту, коли «означаюче» виступає формою знаку, а «означуване» – його змістовим наповненням.

Першим, хто досліджував архітектуру через призму семіотики, був філософ і лінгвіст Умберто Еко. Він аналізує архітектуру як текст, що постійно редагується. «Означаючим» для У. Еко в архітектурі постає архітектурний об'єкт, а «означуваним» – його функціональне призначення (Еко, 2004). Ще одним дослідником архітектурної семіотики був теоретик-постмодерніст Чарльз Дженкс. Він фактично подає визначення архітектурного знаку як відношення «означаючого» до «означуваного» (Jencks, 1977).

Чарльз Пірс запропонував тріадичну модель лінгвістичного знаку (Пірс, 2000), складовими якої є: репрезентамен (форма, якої набуває знак), інтерпретанта (зміст, який від нього отримуємо) та об'єкт (те, на що знак посилається).

В математиці загальновідомою структурою знаку є трикутник Г. Фреге (2005). Вершинами трикутника є сигніфікат (значення), денотат (зміст) і десигнат (знак). Десигнат тотожний поняттю «об'єкта» у тріаді Пірса; це назва, якою позначається знак. Водночас він має певний внутрішній зміст, який і буде називатися денотатом. Розуміння значення знаку є сигніфікатом.

Досліджуючи архітектуру історизму, С. Лінда (2012а) пропонує тріадичну модель архітектурного об'єкта, подібну до моделі Фреге, однак його структура відрізняється тим, що сам денотат вже є об'єктом. Вершиною трикутника цієї моделі стає десигнат (концепт), тобто сенс архітектурного знаку, а в кутах основи знаходяться денотат (архітектурний прототип, який одночасно є сигніфікатом попереднього знаку) та сигніфікат, тобто сам новий архітектурний об'єкт.

Таким чином, можемо стверджувати, що в основі теорії медійності архітектури та громадських просторів лежить семіотичне розуміння знаку. За допомогою цього можемо зрозуміти, як сприймаються людьми повідомлення, закладені в архітектурні форми та простори.

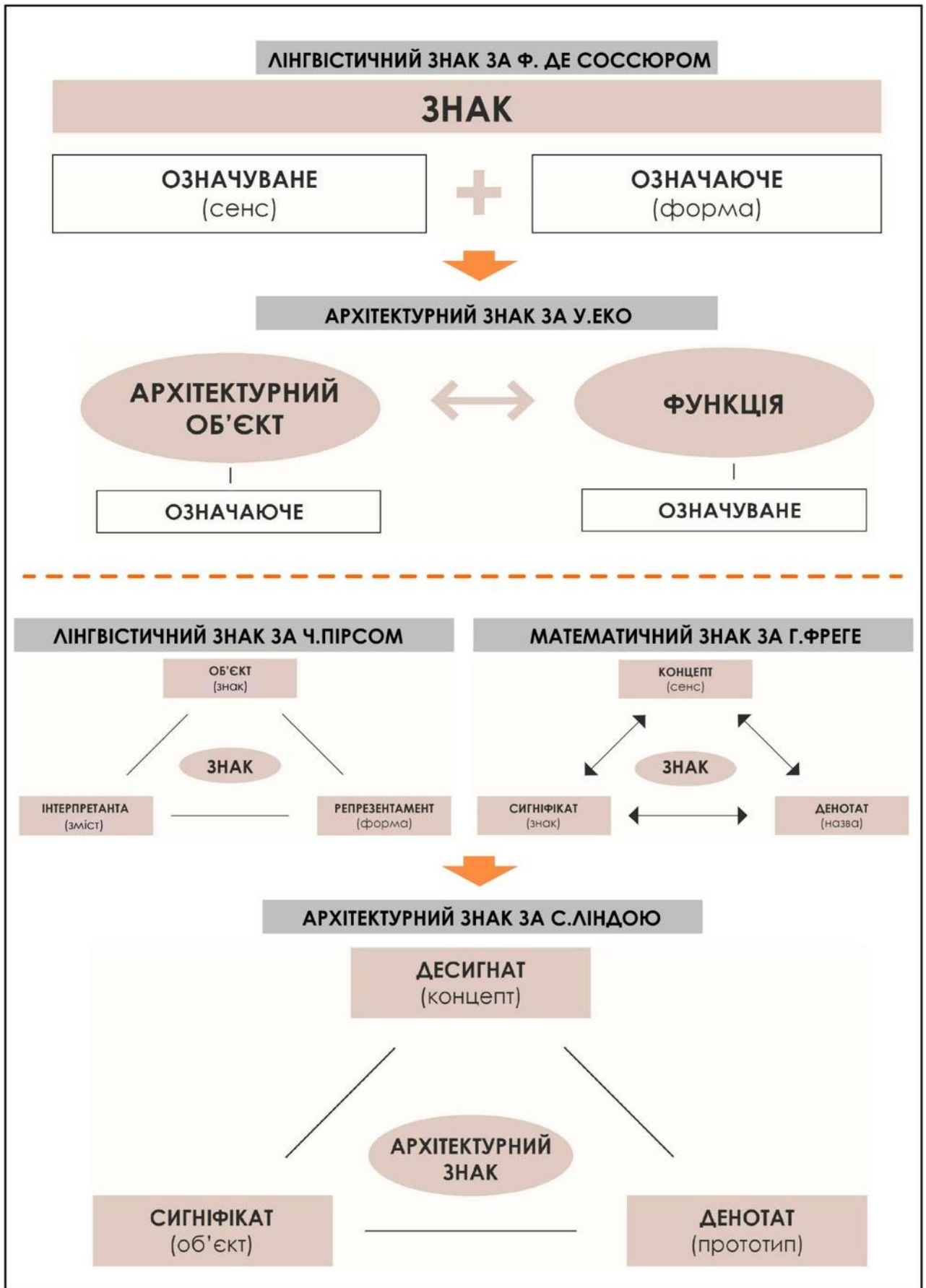


Рис.1.2.2. Моделі архітектурного знаку та їхні прототипи (рисунок автора)

Семіотика також допомагає зауважити, що різні культурні контексти по-різному впливають на сприйняття інформації, поширеної через архітектуру. Наприклад, символіка, яка використовується в азійських країнах, може відрізнятися від символіки в західній Європі. Розуміння медійності дозволяє архітекторам враховувати ці культурні відмінності під час проектування, що може підвищити ефективність сприйняття інформації через архітектуру і створити більш гармонійне середовище для його користувачів.

1.3. Історичні передумови розвитку медійності будівель та споруд.

Архітектура, як вид мистецтва, супроводжує розвиток людства впродовж всієї його історії. Ще з прадавніх часів спостерігається здатність архітектури сприяти взаємодії людини з навколишнім середовищем. Тому можемо стверджувати, що медійність характеризується довговічністю. Не менш важливим є феномен генезису архітектури (процесу виникнення) та її еволюції в процесі зміни уявлень про її сутність. З однієї сторони медійність архітектури та міських просторів доповнює концептуальний підхід до створення нових об'єктів, формування та розвитку сучасного міського середовища, з іншої - допомагає підтримувати зв'язок з історичними об'єктами. У такий спосіб людство має можливість досліджувати власну історію.

Форми архітектурних об'єктів використовуються як засіб вираження художньо-філософського змісту. На думку А. Іконнікова, архітектурні форми із вкладеним у них змістом виконують комунікативну функцію і їх можна розглядати як своєрідну мову (Іконников, 1985). Можна сказати, що архітектура виконує два взаємопов'язані завдання: вона є втіленням художнього змісту і водночас передає його споживачам.

В сучасній філософії вважається, що історія цивілізації розпочинається з виникнення міста. Тож дослідження історії медійності архітектури варто розпочати з **Межиріччя** (рис.1.3.1), коли зародилось містопланування, яке відповідало чіткій космічній структурі (Франкфорт, Уилсон & Якобсен, 1984). Наприклад, у план Вавилону закладено прямокутник, розділений на великі квартали прямими широкими дорогами та оточений стінами для захисту від загарбників (Клочков, 1983). На пагорбі

у центрі міста знаходилось святилище, довкола якого розгалужувалась нерегулярна вулична мережа. Кожне місто мало свого покровителя – бога чи богиню, чії статуї розміщували на платформах-храмах, щоб піднести їх над будинками простих людей, а також запобігти затопленню.

Повноцінних громадських площ у міському просторі не було, лише біля палаців і храмів організовували двори – прямокутні, звернені за чотирма сторонами світу. (Тюрменко, Буравченкова & Рудик, 2010). Число «чотири» в шумерській міфології означало універсальність та всеосяжність.

Будівництво відповідало ідеї міфічної структури Всесвіту. Прямокутні форми домінували в архітектурі і вважалися протилежністю природним формам. Характерним було терасування як символ гірських вершин, на яких живуть боги, і як сходи, по яких боги спускаються у світ людей, а люди можуть «піднятися» до богів. Відомим різновидом шумерської архітектури є зіккурат, який був сполучною ланкою між світами богів і людей. Яруси зіккуратів фарбували в різні кольори. Чорним позначали підземний світ, червоним — землю, блакитним — небо. Найвідомішим зіккуратом була Вавилонська вежа, присвячена покровителю міста - богу Мардуку (Bottero, 2001). На верхньому ярусі жила жриця, яка вважалася дружиною Мардука. Щороку на її роль обирали нову дівчину, яка мала бути вродливою, юною, цнотливою та походити із знатного роду.

У вивченні медійності архітектури та громадського простору цікавою є епоха **Стародавнього Єгипту** (рис.1.3.2) , коли міста зазвичай мали квадратну або прямокутну форму (Франкфорт, Уилсон & Якобсен, 1984). В містобудуванні застосовували поділ на геометрично правильні ділянки, розділення забудови відбувалось за соціальними та майновими статусами, створювались найпростіші систем водопостачання та водовідведення. Зазвичай місто поділялось на три частини: церемоніальний центр (резиденція жерців), адміністративний центр (резиденція фараона, вельмож і монархів), резиденції ремісників та бідноти (Пунин, 2008) , а між ними розташовувались площі для торгівлі.

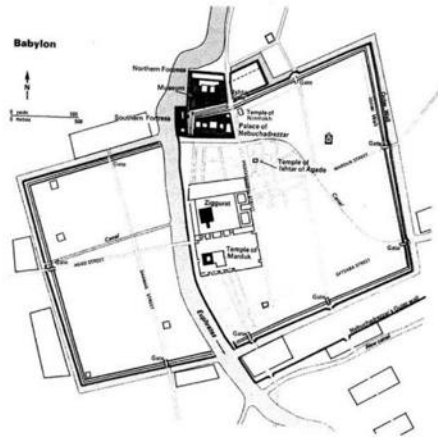
МЕДІЙНІСТЬ МЕЖИРІЧЧЯ

СТРУКТУРА МІСТА

Містопланування відповідає чіткій космічній структурі.

Вавилон сформований навколо храму.

Основою плану міста є прямокутник, розділений на великі квартали прямими широкими дорогами та оточений стінами для захисту від загарбників.



ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР



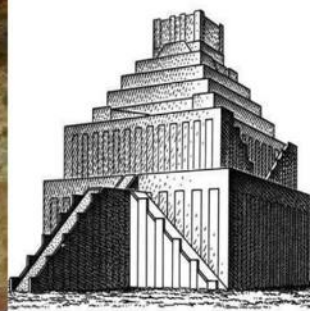
Головна площа біля Вавилонського зіккрату

Громадські площі наявні лише при палацах та храмах, орієнтовані за чотирма сторонами світу.

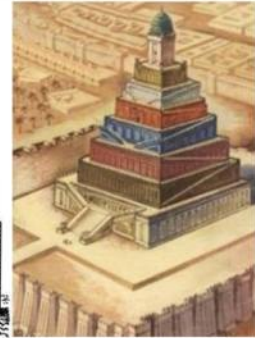
АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ



Прямокутні форми протиставляються природним формам



Терасування як прагнення людини до богів



Символізм кольорів

Рис.1.3.1. Медійність Межиріччя (рисунок автора)

МЕДІЙНІСТЬ СТАРОДАВНЬОГО ЄГИПТУ

СТРУКТУРА МІСТА

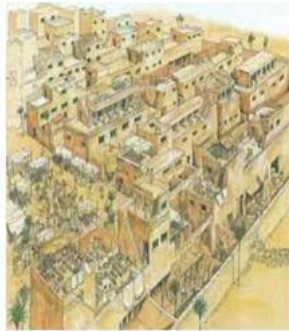


У плані міста - квадрат або прямокутник

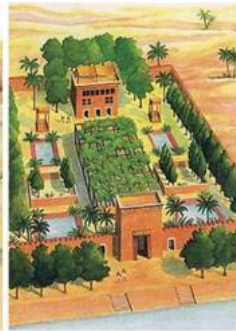


Спостерігається чіткий поділ міста на ієрархічні зони за соціальним статусом

ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР



Вулиці вузькі для захисту від сонця



Двори з осьовою симетрією



Головна площа в Луксорі
Статуї богів і сфінксів охороняють від зла.

АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ



Найбільша увага похоронному культу через страх до потойбіччя



Піраміди Гізи
Піраміда як символ "гори життя", втілення ідеї вічності

Рис.1.3.2. Медійність Стародавнього Єгипту (рисунок автора)

Головні вулиці були вузькими (завширки 2-3 м) та орієнтовані за напрямком переважаючого вітру. Осьова симетрія дворових просторів символізувала прагнення порядку. У громадських місцях встановлювали статуї богів і сфінксів, як охоронців від зла. Унікальністю для єгипетської культури є особлива увага до похоронного культу, тому найбільшу увагу приділяли меморіальним спорудам, щедро прикрашеним із матеріалів найвищої якості. На противагу цьому, палаци та інші споруди зводили з дешевших матеріалів, оскільки єгиптяни вважали земне житло тимчасовим, що не вимагає особливої уваги.

Єгипетські піраміди символізували не лише могутність фараонів, але й ідеї безсмертя та завершення земного існування (Лисичкіна, 1997). Вони майже з абсолютною точністю орієнтувались за чотирма сторонами світу. Медійність піраміди засновувалась на архетипі «гори світу». Добре впорядкований світ богів втілювався у правильній трикутній формі піраміди і відображав космічну модель. Некрополь пірамід змушував відчувати себе нікчемним перед фараоном. Трикутник символізував ідею вічності, кидав виклик конечності життя на землі, яка домінувала в єгипетській культурі.

Давньогрецька архітектура поєднувала в собі простоту і витонченість, симетрію і пропорційність при відсутності деталей (рис.1.3.3). Це пояснюється тим, що культура античності — це шлях від міфу до логосу, від міфологічних моделей світу до натурфілософського розуміння.

Географічні особливості Балкан, масштаб навколишнього середовища, його простота та повнота допомагають зрозуміти співвідношення між людиною і природою, що було характерним для давньогрецької культури. Це проявилось у формуванні особливого типу державного управління - міста-держави, також відомого як поліс (Sacks, Murray & Brody, 2005). Устрій поліса сприяв формуванню у греків особливого світогляду. Найвищою цінністю була сама громада, що забезпечувала добробут кожного громадянина. Руйнування громадянського суспільства прирівнювалось руйнуванню світу. Для грека немає нічого гіршого, ніж бути вигнаним з батьківщини і позбавитись громадянських прав.

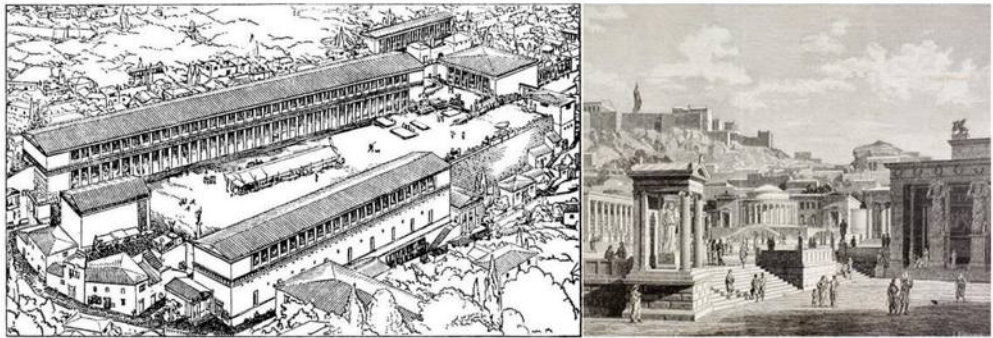
МЕДІЙНІСТЬ АНТИЧНОЇ ГРЕЦІЇ

СТРУКТУРА МІСТА



Виникнення міст-полісів, у яких акцент створювався на рівноправності громадян та їх єдності

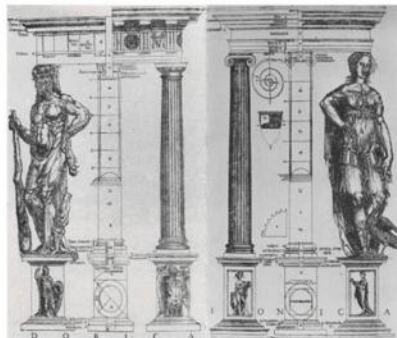
ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР



Афінська агора

Виникають відкриті громадські простори для народних зібрань, волевиявлення громади, торгівлі, спілкування

АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ



Ордерна система як підпорядкування до масштабу людини



Парфенон

В архітектурі присутня чіткість, симетричність, відсутність зайвих деталей

Рис.1.3.3. Медійність античної Греції (рисунок автора)

В античній Греції були сформовані нові типи громадського простору: агори, ринки, гімназії, бібліотеки. Міські простори стали основою для формування міст з унікальними функціональними характеристиками, слугуючи середовищем для зустрічей та вираження волі громади. Антична світоглядна модель найяскравіше втілювалась в архітектурі давньогрецьких храмів. Храм став центром громадського життя міста-держави та місцем проведення різноманітних релігійних церемоній (Leonard, 2008). Колони, як конструктивні елементи храму, асоціювались з будовою людського тіла. Кожен храм був побудований на честь бога-покровителя міста. До прикладу, Афіна Парфенос вважалася покровителькою Афін, в її честь був побудований Парфенон, головний храм Акрополя.

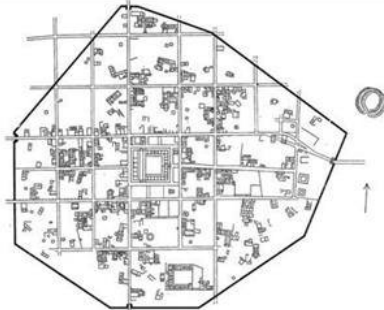
Стародавній Рим (рис.1.3.4) зайняв ключову позицію у формуванні медійності архітектури та просторів після падіння Греції. У містобудуванні римляни використовували єдиний план, призначений для військової охорони поселень. Містобудівний план включав центральний форум, оточений мережею компактних прямокутних вулиць і захисних мурів. Всю мережу перетинають дві діагональні вулиці, які перетинаються у центральній площі (Моатти, 2003). Вулиці зазвичай прокладались під прямим кутом, що утворювали квартали; дві основні дороги були ширшими від інших. Одна з них проходила зі сходу на захід, інша – з півночі на південь; на їх перетині утворювався центр міста. Римляни побудували сотні таких міст по всій імперії (наприклад, британське місто Калева).

Вітрувій (2006), описуючи місто Римської імперії, приділяв велику увагу головній громадській площі — форуму, де для мешканців будували храми та громадські будівлі. Рим до середини II ст. досяг своєї найбільшої могутності, громадські споруди стали диференційовані, при будівництві об'єктів культури керувались принципом «хліба та видовищ». Громадське життя втілено в новому типі будівлі — амфітеатрі, покликаному зібрати тисячі глядачів в одному місці. Амфітеатр у плані - овал, створений із прототипу світового яйця, що вважалось основою життя у Всесвіті.

У період **Середньовіччя** (рис.1.3.5) відбулася теологізація культури та суспільної діяльності, адже в Європі запанувала світова релігія християнства.

МЕДІЙНІСТЬ СТАРОДАВНЬОГО РИМУ

СТРУКТУРА МІСТА



Місто Каллева

як зразок регулярного планування часів Римської імперії



Місто Рим

як прояв могутності та величі цілої імперії

ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР



Римський форум

як головний публічний простір



Колізей

Виникнення громадських місць для розваг

АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ



Тріумфальна арка Тита

Прославлення римських полководців



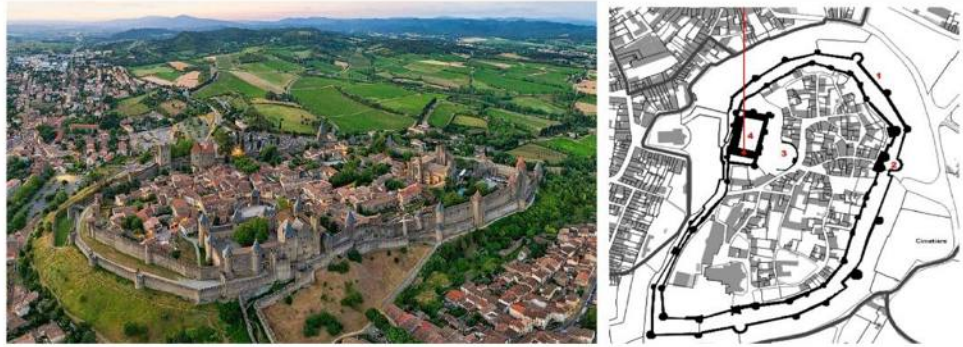
Пантеон

Підкреслення композиційних осей, пропорційності та монументалізму

Рис.1.3.4. Медійність Стародавнього Риму (рисунок автора)

МЕДІЙНІСТЬ ЕПОХИ СЕРЕДНЬОВІЧЧЯ

СТРУКТУРА МІСТА



Місто Каркасон у Франції

Місто компактне, щільне, обнесене мурами для захисту від ворожих нападів

ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР



Вулиці тісні, гнітючі, характерна ущільнена забудова

Головні площі замкнуті для відчуття безпеки

АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ



Собор у Кельні

Нотр-Дам у Парижі

Собор Св.Віта у Празі

Вертикалізм, гострі форми, підкреслення мізерності людини та страх перед Богом

Рис.1.3.5. Медійність епохи Середньовіччя (рисунок автора)

У результаті містобудування почало набувати нового значення. Медійність простору засновувалась на сакральних числах і образах сакральної геометрії з ідеалізацією Бога та прагненням до Нього. Основні виміри простору (довжина, ширина, висота) також виконують інформаційні функції. Це добре видно на прикладі середньовічної християнської сакральної архітектури, яка стала основним засобом масової інформації. Церква розглядається як Божий дім на землі, а її розміри також мають своє символічне значення: «ширина означає любов, довжина – терпіння, висота – бажання до Господа» (Ванеян, 2010).

Середньовічне місто постійно прагне до «ідеальної форми» - планування наближують до квадрата чи кола. Почали формуватися регулярні плани міст. Середньовічні міста були закритими, а вулиці не розраховувались для візуальної естетики. Високі фасади створювали відчуття нікчемності. Центром життя середньовічного міста був головний собор, біля якого відбувалися не лише богослужіння, а й збори громад, філософські дискусії та торгівля.

Середньовічна архітектура характеризувалася вертикальними лініями, що символізували тугу душі за Богом, а збільшення поверхів, оздоблення вежами і шпилями підсилювали це бажання (Михалевич, 2019). Готичні храми були покликані підтримувати постійний діалог з їх відвідувачами. З одного боку, храм є символом християнських таїнств, а з іншого – він розмовляє з вірянами за допомогою символу присутності Бога в їх повсякденному житті. Підійшовши ближче до оздобленого скульптурами фасаду, вірянин міг нагадати собі про те, що його чекає після смерті. Простір всередині храму уособлював цінності, якими слід керуватися в житті, щоб наблизитися до Бога. Інтер'єр організовувався таким чином, що акцент зосереджувався на центральній наві. Зазвичай вона мала найбільший купольний простір, і світло від нього чітко падає на вівтар. Медійність собору символізує надійний захист, в який можуть ввійти вірні. Це також свідчить про те, що тільки той, хто дотримувався церковних законів, міг досягти спасіння. Водночас, незважаючи на свою велич, собор був символом відмови від земних насолод. Суть його естетики полягала у добровільній жертві в ім'я Бога.

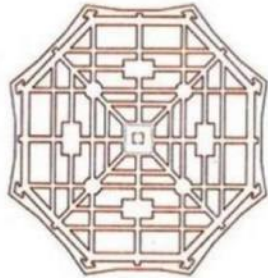
Новим етапом змін в історії медійності архітектури стала епоха **Відродження** (рис.1.3.6) , яка, спираючись на антропоцентризм, почала захищати свободу людини. Людина вийшла на перше місце і почала розглядатися як особистість, окремий індивід. Сформувалася нова філософська позиція — пантеїзм: Бог не лише створив світ, а й присутній в ньому, тому людина має насолоджуватись земними цінностями. Роль пантеїзму та антропоцентризму при формуванні архітектурної інформативності полягала в тому, що людина як творець, як Бог, може створювати щось прекрасне. Формується концепція «ідеального міста». Ідеалісти епохи Відродження уявляли міста майбутнього схожими до античних міст, тому в містах з'являються громадські простори – ринкові площі.

Архітектура повертається до фундаментальних принципів, цінностей і форм античності: співвідношення з масштабом людського тіла, застосування ордерів, колонад, арок. Варто зазначити, що епоха Ренесансу не лише запозичила певні елементи, а й «перетворила ідеал античних часів на абсолютну міру та ідеальне культурне бачення всього людства» (Косиков, 1987).

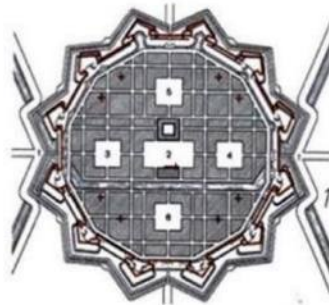
Особливість медійності архітектури полягає в тому, що знаки в будівлях ми бачимо одночасно, на відміну від звичайних текстів, які ми сприймаємо послідовно. Тому дуже важливою є цілісність усіх елементів в архітектурі та узгодженість зв'язків між ними. Цю характеристику можна простежити в архітектурі епохи бароко, коли головною метою архітектора було викликати захоплення спостерігача і переконати його повірити в неможливість. Епоха **бароко** (рис.1.3.7) насамперед пов'язана з науковими відкриттями, завдяки яким людям відкрилися нові знання. Назріло питання когнітивної методології пізнання. З'явилися нові цінності: волелюбність та бажання пізнавати природу. Світ починає інтерпретуватися як постійно змінний, а сприйняття стає динамічним. Медійність архітектури акцентує увагу на емоційному стані людини, її переживанні. Прагнення до величі поза межами дозволеного, гіперболізація виходять на передній план. Італійський архітектор доби бароко Лоренцо Берніні казав: «Я використовую міру ока». Міська площа стала точкою перетину вузьких вулиць і перетворилась на цілісний закритий простір.

МЕДІЙНІСТЬ ЕПОХИ ВІДРОДЖЕННЯ

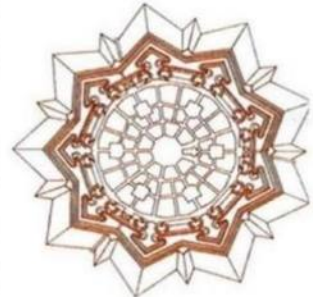
СТРУКТУРА МІСТА



Ідеальне місто
Вазарі



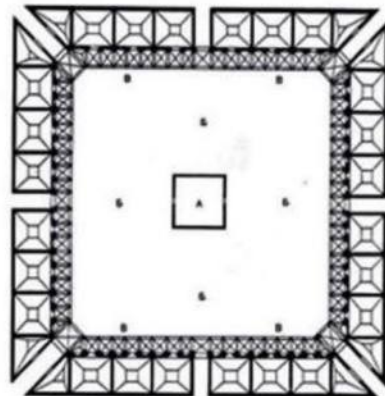
Ідеальне місто
Скамоцці



Ідеальне місто
Лоріні

План міста підпорядковують до ідеальних форм

ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР



Площі міст квадратні
або прямокутні



З'являються головні ринкові площі як
місця для збору громади

АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ



Сан-П'єтро ім
Монтеріо в Римі



Санта-Марія-дель-Фіоре у
Флоренції



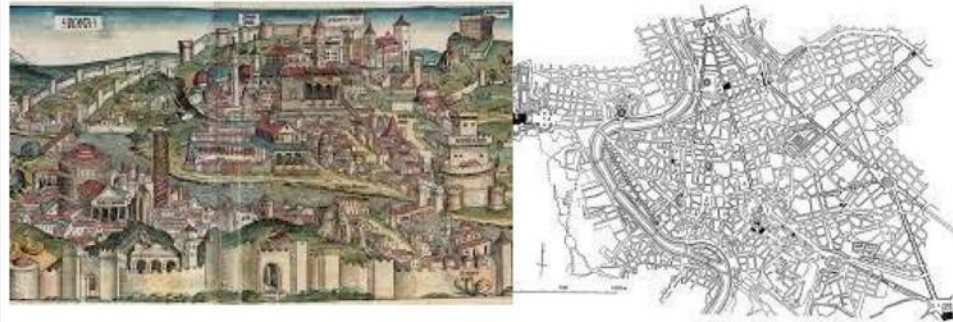
Сант-Андреа в
Мантуї

Співрозмірність з людиною як з творцем архітектури,
повернення до ордерної системи

Рис.1.3.6. Медійність епохи Відродження (рисунок автора)

МЕДІЙНІСТЬ ЕПОХИ БАРОКО

СТРУКТУРА МІСТА



Місто Рим

Місто планується як театральна вистава за допомогою поєднання міських композиційних сцен та сюжетів

ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР



Площа Св.Петра у Ватикані

Величність громадських площ контрастує з буденністю вулиць

АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ



Собор в Модіці

**Сан-Карло-алле-
Куатро-Фонтане**

Фонтан Треві в Римі

Архітектура насичена декором, не визнає прямих ліній та площин, відчувається помпезність, драматичність

Рис.1.3.7. Медійність епохи бароко (рисунок автора)

Перехожі мають можливість відчутти різницю між хаосом щоденних галасливих вулиць та урочистістю та спокоєм палацової чи церковної площі. У містобудівній практиці сформувався тип площі, що підпорядковується певній монументальній споруді. В архітектурі бароко спостерігається драматична напруженість, розвиток сюжету і кульмінація, що проявляється в архітектурі храму і додатково посилюється світлом, кольором, живописом. Архітектура бароко не визнає прямих і статичних площин (Резвухіна & Кірдіна, 2016).

Одним із елементів міського простору можна назвати фонтан Треві в Римі – відомий зразок італійського бароко. Архітектор фонтану Ніколас Сальві був натхненний ідеєю про те, що архітектура та скульптура повинні розповідати історію, тому він вирішив встановити пам'ятник «aqua vergine» (італ. – «цнотлива вода») в честь римських акведуків. Фонтан виконаний у вигляді тріумфальної арки та басейну. У центрі знаходиться скульптура Посейдона з морськими конями і тритонами.

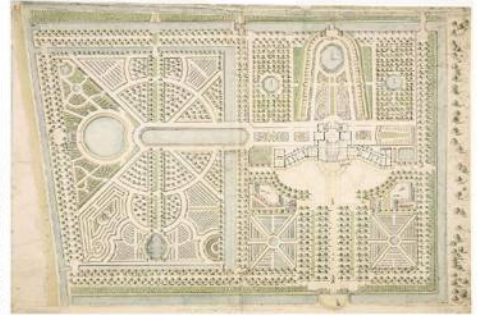
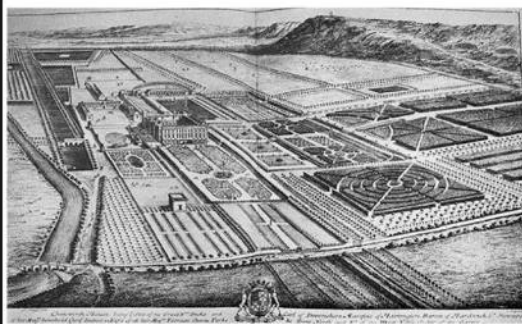
На відміну від бароко, **класицизм** (рис.1.3.8) ґрунтувався на чітких правилах просторової організації: строга орієнтованість на головний фасад, чіткість геометричних ліній. Це виникло завдяки вірі в те, що людський розум має силу підкорити весь світ. Варто зазначити, що симетрія, властива архітектурі класицизму, використовувалася протягом всієї історії і тому є домінантною рисою для медійності архітектури. Симетрія передбачає впорядкованість і величність, водночас - обмеження простору будівлі та можливостей людей у ньому.

Багато нових об'єктів в міському просторі з'явилося у ХІХ столітті. Цими об'єктами були метро, залізниця, ліфти у будинках, електрозабезпечення міст, які змінюють швидкість та спосіб життя міст. Виникли нові види транспорту, заводи. Звичні міста, у яких домінують церкви, ринки та ратуші, перестали відповідати новим потребам мешканців. Місто ХІХ ст., як матеріальне втілення раціоналізму, повинне було поєднати зручність і функціональність.

Будівля поступово перетворюється на сукупність площин, що обмежують простір. Розвиток архітектурної форми також відображав новий суспільно-політичний лад — монархію.

МЕДІЙНІСТЬ ДОБИ КЛАСИЦИЗМУ

СТРУКТУРА МІСТА



Чайсворт в Англії

Хейс тен Босх в Нідерландах

Місто має регулярний план, спостерігається ієрархізація простору

ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР



Версальські сади у Франції

Простір відображає статус власника, розвиваються сади

АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ



Палаццо К'єрікати у Віченці

Східний фасад Лувру в Парижі

Горизонтальна композиція фасадів, прагнення до порядку через ритм, симетрію, пропорційність

Рис.1.3.8. Медійність доби класицизму (рисунок автора)

Яскравим прикладом є організація палацу Версалю. Положення кімнати точно відповідає траєкторії сонця протягом дня. Не дивно, адже його власник Людовик XIV був відомий як «Король-сонце»: весь розпорядок дня короля був організований таким чином, що він переміщався з кімнати в кімнату разом із зміною положення Сонця. Такі ритуали вкотре закріпили у свідомості слуг символічне ім'я короля. Сам палац прикрашений великою кількістю золота та кришталю з метою прославити короля. Медійність також знайшла відображення в мистецтві садів і парків, коли сад стає продовженням оселі власника.

Подальші зміни форм правління під час буржуазних революцій, крах структури суспільних зв'язків і формування масової культури безперечно знайшли своє відображення в медійності архітектури. Відхід від класицизму пов'язувався з прискоренням і урізноманітненням темпу міського життя, що призвело до поширення різноманітних архітектурних форм, які асоціювались з певними сферами міського життя. Створювались нові типи архітектурних об'єктів: банки, вокзали, торгові пасажі тощо. Одного архітектурного стилю було недостатньо, що призвело до появи **історизму** (рис.1.3.9). У XIX ст. будівництво храмів тяжіло до неоготичного стилю; античність знайшла відображення в офіційних державних об'єктах; епоха Відродження – в банківських установах; культурно-розважальні заклади звертались до стилю бароко. А. Іконников пов'язує виникнення еkleктики в архітектурі з цими подіями (Іконников, 1985). У цьому стилі «архітектури вільного вибору» важливу роль відіграли представники німецької класичної філософії, їхні ідеї розширили світогляд архітектора та показали різноманітність понять «ідеал» і «краса».

В XX столітті відбувся різкий розрив із попередніми культурними традиціями та постали гострі ідеологічні проблеми, які знайшли відображення у філософських працях Ф. Ніцше (1910), З. Фрейда (1991), К. Юнга (2012). З розвитком концепцій **модернізму** (рис.1.3.10) місто поступово втратило свою просторову цілісність і перетворилося на групу окремих об'єктів, оточених дорогами та зеленими насадженнями. Створюється нова концепція громадського простору: замість того, щоб огорожувати будівлі, громадські простори «обтікають» навколо них, втрачаючи форму та стаючи аморфними.

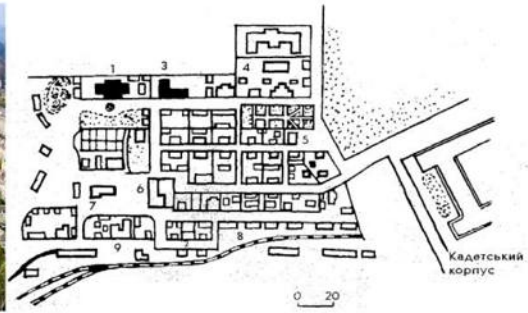
МЕДІЙНІСТЬ ЕПОХИ ІСТОРИЗМУ

СТРУКТУРА МІСТА



Місто Бат в Англії

Активна розбудова міст



Залізнична колонія біля Солом'янки

Поява нових поселень
внаслідок індустріалізації

ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР



Вокзал у Нью-Йорку

Поява нових типів об'єктів



Кільцева вулиця Будапешту

Збільшення руху в містах

АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ



Альберт-хол в Лондоні



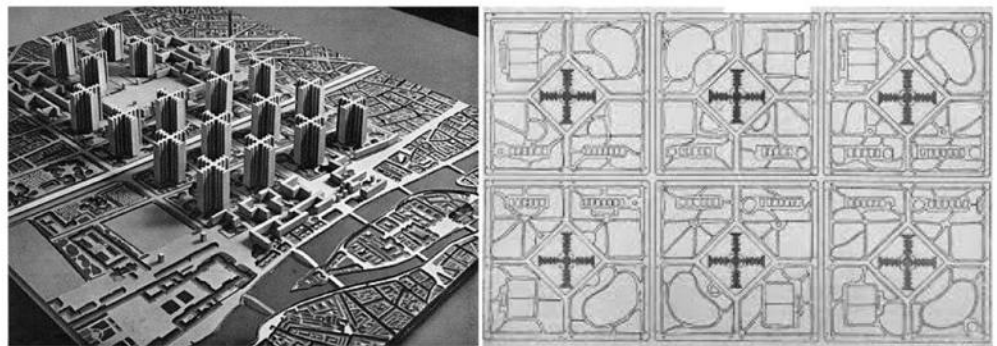
Парламент в Будапешті

Використання стилів різних історичних епох для різних
функціональних об'єктів

Рис.1.3.9. Медійність епохи історизму (рисунок автора)

МЕДІЙНІСТЬ ПЕРІОДУ МОДЕРНІЗМУ

СТРУКТУРА МІСТА



План Вуазен для реконструкції Парижа

Чітка структурованість міста, поділ на сельбищну, громадську та рекреаційні зони

ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР



Променеве місто Ле Корбюзьє

Стайвенсант Таун

Уніфікація просторів, насичення вулиць транспортом

АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ



Вілла Ла Рош в Парижі

Баухаус в Дессау

Фунціональність архітектури, лаконічність форм, позбавлення декору, використання нових матеріалів

Рис.1.3.10. Медійність періоду модернізму (рисунок автора)

Сформувалось уявлення про вільне розміщення предметів у просторі. У світі почала панувати концепція уніфікованої архітектури. Традиційні квартальні райони, які становили основу громадських просторів, поступово руйнуються. Крім того, наприкінці 1940-х років розпочалась масова автомобілізація, до якої не були готові історичні міста. Медійність стала орієнтуватися на екзистенційні уявлення про світ і людей, розпочались нові пошуки в архітектурі. Як приклад, варто згадати проект Ле Корбюзьє, якого надихала «геометрична революція» в кубістському мистецтві. В проекті Villa La Roche він вперше втілює свої революційні ідеї. Пізніше їх назвали «п'ятьма відправними точками в архітектурі»: несучі колони, плоскі дахи, відкриті інтер'єри, стрічкові вікна та фасади, які не залежать від несучих конструкцій (Le Corbusier, 1931).

Критика надмірної раціональності модернізму, прагнення до архітектурної стандартизації привели до появи постмодернізму, головною ідеєю якого було введення в архітектуру нестандартного мислення на основі метафор, іронії та художнього колажу (Jencks, 1977). Так зародився **постмодернізм** (рис.1.3.11). Архітектура звертається до історії як до внутрішнього джерела для розвитку архітектури та вільно використовує історичні елементи відповідно до задуму архітектора. Міста поступово стають поєднанням відкритих і закритих громадських просторів, утворюючи єдине цілісне середовище. Простір постмодернізму знаходився за рамками часу, але містив історичну пам'ять: символи та знаки асоціювались з вигаданими сценами, а не з реальністю. Простір повернувся до своєї традиційної форми, втрачаючи масову уніфікацію і замінюючи її художніми образами.

В архітектуру інтегрувались елементи, характерні для різних історичних періодів, інтерпретуючи її як відображення сучасності. Це нове середовище постало ідеалізованою моделлю суспільства. Таким чином медійність архітектури починає змінюватись. Широко використовується «кітч» – карикатурність як засіб спілкування із суспільством. На зміну функціональності та конструктивності модернізму прийшло прагнення до нових виразних форм.

МЕДІЙНІСТЬ ПЕРІОДУ ПОСТМОДЕРНІЗМУ

СТРУКТУРА МІСТА



Бразилія



Нижній Мангетен у Нью-Йорку

Пошук концептуальних ідей у містоплануванні, перетікаючі відкриті та закриті простори

ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР



Площа Італії в Нью-Орлеані



Проспект Мангілік Ел в Астані

Насичення простору символами та знаками

АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ



Танцюючий дім в Празі



Будинок на Полтрі стріт у Лондоні

Елементи з інших історичних епох в архітектурі, поєднання непоєднуваного, карикатурність архітектурних форм

Рис.1.3.11. Медійність періоду постмодернізму (рисунок автора)

Сучасна архітектура базується на принципах постнекласичного мислення. На перше місце виходять питання, пов'язані з поглибленням пошуку архітекторами нових концепцій і рішень для сучасного суспільства (Русевич, 2013). Набули популярності нелінійні архітектурні форми. Комп'ютерні технології відіграють важливу роль у формуванні архітектурної медійності. Проектні рішення стали настільки різноманітними, що їх важко звести до конкретних «чистих» напрямів. Встановився плюралізм креативного мислення: від геометричної мінімалістичності до пластичної еkleктики.

На основі аналізу історичних передумов спостерігаються певні тенденції у розвитку медійності архітектури громадських просторів міст у процесі еволюції архітектури та містобудування. Причинами змін медійності в контексті простору та часу є потреби людей, їх сприйняття світу та цінностей.

Враховуючи особливості формування медійності в різні історичні періоди (табл.1.3.1), можна виділити певні константи як сталі характеристики медійності архітектури та просторів. На містобудівному рівні - це структура мереж вулиць і площ, функціональне зонування міста. Протягом усієї історії люди прагнули до порядку та чіткості в містобудуванні, намагаючись закласти основи правильної геометрії у планування міст.

На рівні громадського простору спостерігається прагнення створити середовище, в якому певна кількість людей може задовольнити свої комунікаційні потреби, не порушуючи ідеологічних законів того чи іншого історичного періоду. Історично публічний простір є однією з ключових категорій для розуміння міського життя. Тож сталими засобами медійності на цьому рівні є транзитні шляхи та місця для комунікації, які зазвичай виникають біля важливих громадських архітектурних об'єктів міста (храми, театри, державні установи).

На рівні архітектурного об'єкта відображення ідеології кожного періоду відбувається за допомогою форми, композиції та оздоблення: будівля втілює людські вірування, переконання та цінності. Кожний об'єкт вважається нагадуванням про те, що є важливим.

Характеристика засобів формування медійності у різні історичні епохи

Епоха	Характеристика		
	Місто	Громадський простір	Архітектура
Межиріччя	<ul style="list-style-type: none"> - місто формується навколо храму - нерегулярна мережа вулиць - ієрархізація просторових форм 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутні громадські площі - наявні невеликі двори при палацах та храмах 	<ul style="list-style-type: none"> - прямокутні форми - терасування як прагнення людини до богів - символізм кольорів
Стародавній Єгипет	<ul style="list-style-type: none"> - прямокутний план - чіткий поділ на ритуальну, адміністративну та житлову зони - перша систему водопостачання і водовідведення 	<ul style="list-style-type: none"> - осьова симетрія вулиць та дворів - встановлення статуй-охоронців у громадських місцях 	<ul style="list-style-type: none"> - чітка геометрія ліній - трикутні форми - акцент на потойбічному житті
Антична Греція	<ul style="list-style-type: none"> - виникнення міст-полісів - акцент на єдності та свідомості громадян 	<ul style="list-style-type: none"> - формування відкритих публічних просторів (агора, ринок, бібліотеки, площі зібрань, гімназії) 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність зайвих деталей - симетричність - пропорційність архітектури до людини
Стародавній Рим	<ul style="list-style-type: none"> - прямокутна мережа вулиць - центр на перетині головних вулиць - захисні мури для підкреслення могутності Римської імперії 	<ul style="list-style-type: none"> - форум - головний публічний простір - меморіали на честь полководців - виникнення амфітеатру 	<ul style="list-style-type: none"> - підкреслення композиційних осей - пропорційність - структурованість - монументалізм
Середньовіччя	<ul style="list-style-type: none"> - план прагне до ідеальних геометричних форм - багато замкнутих просторів 	<ul style="list-style-type: none"> - ущільнена забудова вулиць та площ - гнітюча атмосфера 	<ul style="list-style-type: none"> - вертикалізм - гострі форми - храм підкреслює велич Бога та мізерність людини

Епоха	Характеристика		
	Місто	Громадський простір	Архітектура
Ренесанс	<ul style="list-style-type: none"> - створення концепцій «ідеальних міст» - звернення до ідеалів античності 	<ul style="list-style-type: none"> - площі квадратні - поява ринкових площ 	<ul style="list-style-type: none"> - співвідношення з мірою людини - використання ордерів, симетрії та пропорційності
Класицизм	<ul style="list-style-type: none"> - регулярний план міста - формується квартальна структура - ієрархізація міської забудови 	<ul style="list-style-type: none"> - створення нових громадських просторів - площа як простір, обмежений архітектурою 	<ul style="list-style-type: none"> - горизонтальна композиція фасадів - збереження ритму - симетрія - лінійність форм
Історизм	<ul style="list-style-type: none"> - інтеграція нових функціональних об'єктів в план міста - розбудова міст внаслідок індустріалізації 	<ul style="list-style-type: none"> - виникнення нових типів архітектурних об'єктів - пожвавлення руху через збільшення населення міст 	<ul style="list-style-type: none"> - відмова від уніфікації - використання стилів різних історичних епох для різних функціональних об'єктів
Модернізм	<ul style="list-style-type: none"> - поділ на функціональні зони (сельбищну, громадську, рекреаційну) - чітка структурованість міста 	<ul style="list-style-type: none"> - уніфікація просторів - постійний рух через насичення вулиць транспортними засобами 	<ul style="list-style-type: none"> - лаконічність форм - функціональність архітектури - використання нових матеріалів - позбавлення декору
Постмодернізм	<ul style="list-style-type: none"> - місто як поєднання відкритих та закритих просторів - постійний пошук революційних ідей 	<ul style="list-style-type: none"> - насичення громадського простору символами та знаками для привернення уваги мешканців 	<ul style="list-style-type: none"> - характерні елементи з інших історичних епох - поєднання непоєднуваного - карикатурність архітектурних форм
Сучасність	<ul style="list-style-type: none"> - трансформація міста під сучасні умови життя - інтеграція новітніх досягнень техніки 	<ul style="list-style-type: none"> - громадський простір є місцем комунікації, відпочинку, саморозвитку - розмивання структури 	<ul style="list-style-type: none"> - насичення архітектури технічними засобами - застосування нових будівельних матеріалів - відсутність цілісності та єдності в архітектурі

1.4. Вітчизняний та закордонний досвід формування медійності архітектури громадських просторів.

У даному підрозділі здійснено аналіз функціонально-планувальних та об'ємно-просторових характеристик вираження медійності сучасної архітектури та громадських просторів міст. Головним критерієм відбору об'єктів була їх популярність і схвалення мешканцями та відвідувачами міст, що свідчить про їх цінність, а, отже, значимість їх медійності. Перелік сформовано на основі досліджень даних та відгуків, розміщених в інтернет-джерелах. Для здійснення аналізу медійності сучасного архітектурного середовища пропонується виділити три ієрархічні рівні дослідження (рис.1.4.1). На кожному рівні розглянуто по 30 об'єктів. Аналіз їх медійності полягає у характеристиці засобів медійності, її значенню та оцінці людьми.



Рис.1.4.1. Ієрархічні рівні дослідження медійності (рисунок автора)

На рівні **міського простору** розглядаємо медійність окремих загальнодоступних територій міста, де люди зустрічаються, спілкуються, відпочивають. До міських громадських просторів належать площі, вулиці, провулки, сквери, двори, бульвари, парки, набережні, пляжі, міські дахи тощо. Рівень **архітектурних об'єктів** передбачає аналіз медійності конкретної будівлі шляхом визначення її характеристик. Найбільше інформативності закладено у громадські об'єкти, такі як храми, адміністративні та культурні об'єкти. Житлові будинки теж наділені певними ознаками медійності (наприклад, за зовнішнім виглядом будівлі можна зробити висновок про статус його власника). Найнижчий рівень у

запропонованій системі займають **елементи оздоблення**, в які закладено певний зміст. До них відносяться малі архітектурні форми, пам'ятники, меморіальні дошки, рекламні вивіски, дорожні вказівники, декорування фасадів тощо.

Рівень міського простору

Медійність світових міських громадських просторів включає в себе цілий комплекс елементів, взаємозв'язок яких транслює певну конкретну ідею або демонструє її відсутність (рис.1.4.2, 1.4.3). Характерною ознакою сучасних просторів є перенасичення інформацією, коли людина буквально губиться в інформаційному хаосі довкола. Зазвичай це інформація комерційного характеру. Прикладом такого є сучасний вигляд площі *Таймс-сквер у Нью-Йорку*. Тут протікає все життя міста, тому площу ще називають «перехрестям світу». Висотки оснащені великою кількістю цифрових носіїв інформації: медіафасадами, екранами, світловими вивісками та рекламними щитами. Однак є варіанти формування медійності з більш делікатним висвітленням реклами. Один із них – це *торговий простір Ithaca Commons у Нью-Йорку* у вигляді пішохідної алеї, з двох боків оточеної вітринами магазинів. Хоча це простір теж характеризується постійним рухом та шумним торговим життям, він не перенасичений хаотичною інформацією і людина почувається в ньому більш комфортно.

Багато міських громадських просторів є місцями пам'яті певних подій. Відомим прикладом є *меморіал Голокосту в Берліні*, присвячений пам'яті євреїв, які загинули під час Другої світової війни. Це – величезне поле, на якому розміщений лабіринт із сірих бетонних плит однакової довжини та ширини, але різної висоти. Однією з вимог замовлення меморіалу була відсутність будь-яких єврейських національних чи релігійних символів, однак це не завадило створити медійність, пов'язану зі скорботою та жалем. Тому можемо зробити висновок про те, що перенасиченість інформацією не є обов'язковою умовою для змістовності простору.

Міський простір також може бути окремим витвором мистецтва. Варто згадати *станції метро у Стокгольмі*, які завдяки своїй унікальній медійності стали візитівкою столиці Швеції. Метрополітен тут так і назвали – «підземною галереєю».

МЕДІЙНІСТЬ ГРОМАДСЬКОГО ПРОСТОРУ			
Загальні відомості	Фотофіксація	Засоби вираження медійності	Значення медійності та її оцінка людьми
<p>Площа Тайм-сквер у Нью-Йорку, США</p>	 <p>https://elegantnewyork.com/walk-23-times-square/</p>	<p>Висотки з великою кількістю цифрових носіїв інформації: медіафасадами, екранами, світловими вивісками та рекламними щитами.</p>	<p>Інформація переважно рекламного характеру. Медійність площі дуже хаотична, людина буквально губиться в інформаційному потоці. Площа стала культовою завдяки популяризації на телебаченні.</p>
<p>Меморіал Голокосту, Берлін, Німеччина, архітектор Пітер Айзенман, 2005 р.</p>	 <p>https://www.sifomg-denkmal.de/</p>	<p>Лабіринт із прямокутних бетонних плит у центральному районі міста, який нерівномірно опускається та піднімається. Відсутні будь-які єврейські національні чи релігійні символи.</p>	<p>Меморіал присвячений пам'яті євреїв, які загинули під час Другої світової війни. Його медійність створює відчуття смутку, загубленості та тривоги у відвідувачів, змушує замислитись про його значення.</p>
<p>Станції метрополітену у Стокгольмі, Швеція</p> <p>(«T-centralen»), художник Йорген Фогельквіст</p>	 <p>https://34travel.me/post/metro-stokholm/</p>	<p>Колористика, орнаменти, символи, декор, концептуальні скульптури, пов'язані з народною творчістю Швеції чи важливими соціальними проблемами.</p>	<p>Медійність стокгольмського метрополітену полягає у тому, щоб створити свято там, де його раніше ніколи не було, адже раніше простір станцій був дуже похмурим та нагнітаючим. Їх унікальність зробила їх відомими на весь світ.</p>
<p>Морський орган на набережній Петра Крешеміра IV у Задарі, Хорватія, архітектор Нікола Башич, 2005 р.</p>	 <p>https://www.croatianside.com/en/</p>	<p>Кам'яні сходи на березі моря з отворами всередині та 35 трубками, які переходять у резонуючі порожнини. Всі труби мають свій певний тон, і вітер, проникаючи в них, видає мелодію. Площа також оснащена підсвіткою.</p>	<p>Медійність набережної пов'язана зі стихією моря і має не лише візуальний, а й звуковий, тактильний і нюховий прояви, завдяки чому збирає багато охочих послухати "концерти моря".</p>
<p>Метропол Parasol на площі La Encarnación у Севільї, Іспанія, архітектор Юрген Маєр, 2005 р.</p>	 <p>https://accommodationintips.com/</p>	<p>Конструкція складається з шести дерев'яних парасольок у формі гігантських грибів. Простір містить чотири поверхи, на яких розташовуються центральний ринок, музей, ресторан та відкриті громадські простори.</p>	<p>Сучасний дизайн простору асоціюється зі склепіннями старого Севільйського собору, а також фігурами дерев, що є символом Іспанії. Завдяки цьому простір став однією із візитівок міста.</p>
<p>Штучний острів Little Island на р.Гудзон у Нью-Йорку, США, архітектори Heatherwick, 2021 р.</p>	 <p>https://fatka.it.ua/blog/view</p>	<p>Штучний острів на 132 структурних тюльпаноподібних бетонних палях, на якому влаштовано парк та розвинуто багатофункціональний простір.</p>	<p>Простір став акцентом на річці та сприяє розвитку мистецтва, освіти та громадської активності. Мистецький підхід до просторової організації острова зробив його витвором сучасного мистецтва для відвідувачів.</p>
<p>Місто мистецтв і наук у Валенсії, Іспанія, архітектор Сантьяго Калатрава, 2005 р.</p>	 <p>https://www.visitvalencia.com/</p>	<p>Комплекс із семи будівель та простору у колишньому руслі річки Турія. Кожна будівля має футуристичні форми і складається з білого бетону, скла та нержавіючої сталі. Тут розміщено кінотеатр, планетарій, музей, галереї та парк.</p>	<p>Вигляд комплексу відсилає до його концепції "міста мистецтва та науки". Таким його і сприймають відвідувачі, проводячи асоціації з космічною станцією, космічним кораблем чи обсерваторією.</p>

Рис.1.4.2. Аналіз медійності світових громадських просторів (рисунок автора)

МЕДІЙНІСТЬ ГРОМАДСЬКОГО ПРОСТОРУ			
Загальні відомості	Фотофіксація	Засоби вираження медійності	Значення медійності та її оцінка людьми
Біржова площа у Лондоні, Англія, архітектори DSDHA, 2022 р.		Використання природних текстур, насичення озелененням та водою щільно забудованого простору. Площа має форму амфітеатру та забезпечує інклюзивність.	Площа асоціюється з природою, передає спокій та контрастує з шумним ритмом життя, що відбувається довкола. Саме цим простір приваблює відвідувачів, які хочуть відпочити та розслабитися під час важкого робочого дня.
Cimbalom Circle у парку Лігет, Будапешт, Угорщина, архітектори Daily four les jours, 2022 р.		36 інтерактивних блоків, вмонтованих у бетонні острови посеред парку, які мають датчики і реагуючі світлові кільця. Постукавши по них, ці пристрої наповнюють повітря звуками, що відповідають різним музичним інструментам.	Простір асоціюється із Будинком музики, що розташований неподалік, а також є постійним нагадуванням про те, що гра не тільки для дітей – вона для всіх – і що громадські простори повинні захищувати її.
"Дитяче село" для школи Сапіаї у Бразилії, архітектори Алеф Зеро та Марсело Розенбаум, 2017 р.		Комплекс відкритих та закритих дворів біля школи-інтернату, сформований із застосуванням дерева та глини. Простір розроблено для відпочинку та ігор за вимогами учнів, з якими попередньо зустрічалися архітектори.	Простір є зразком екологічного дизайну з національним характером за рахунок використання традиційних матеріалів. Оскільки враховано побажання дітей, що тут навчаються, вони називають його "дім поза домом".
Парк Міленіум у Чикаго, США, 2004 р.		Парк розміщений над залізничною станцією. Плануванню характерна криволінійність. Простір містить галереї, ковзанку, заклади харчування, велосипедний центр, фонтани, скульптури, медіаекрани.	Міленіум-парк є центральним місцем для публічного мистецтва частково завдяки грандіозному масштабу кожного твору та відкритим просторам для демонстрації. Він також є символом постмодерної архітектури у Чикаго.
Торговий простір Ітаса Коммонс у Нью-Йорку, США, архітектори Sasaki Associates, 2016 р.		Пішохідна алея, вимощена лінійними візерунками із бруківки, з двох боків оточена вітринами магазинів. В кінці алеї місце для публічних виступів та фонтан. Є багато місць для сидіння, біля яких розміщені кам'яні блоки з цитатами.	Медійність має переважно комерційний характер. Алея асоціюється з постійним рухом та шумним торговим життям, однак створені місця для відпочинку мають багато прихильників.
Простір The Lawn on D у Бостоні, США, архітектори Sasaki Associates, 2014 р.		Простір складається з площі та галявини, поєднаних доріжками з кольоровим покриттям та освітленням. Ергономічні яскраві меблі пропонують різні види відпочинку та розваг.	Простір динамічний та яскравий, є символом громадського впливу та вираження амбіцій нового району. Тут постійно проводяться різноманітні заходи, що залучають мешканців, працівників та туристів.
Площа Phillips Square у Монреалі, Канада, архітектори Provencier Roy, 2020 р.		Нова площа має лінійну форму і поєднує мережу вулиць, пам'ятників та історичних будівель у єдиний міський ландшафт. На площі замість паркомісць розширено тротуари. Бронзові плити, встановлені на вулиці, служать міськими маркерами.	Організація простору є посиланням до англійського саду вікторіанської епохи для підкреслення будівель історичної спадщини, розташованих довкола. Площа формує безпечне середовище для відпочинку та комунікації перехожих.

Рис.1.4.3. Аналіз медійності світових громадських просторів (рисунок автора)

Більшість станцій вирубані у гранітних скелях, тому їх склепіння виглядали дуже зловісно. Щоб позбавити їх похмурості та депресивності, шведська влада дозволила додати підземці кольорів. Саме в цьому й полягає медійність стокгольмського метрополітену – створити свято там, де його раніше ніколи не було. Наприклад, центральна станція «T-centralen» пофарбована в блакитний колір та декорована рослинними мотивами, створює спокійну та казкову атмосферу, що символізує народну творчість Швеції.

Витвором сучасного мистецтва також можна назвати штучний острів *Little Island* на річці Гудзон у Нью-Йорку, на якому влаштовано парк та розвинуто багатофункціональний простір. Простір став акцентом на річці та сприяє розвитку мистецтва, освіти та громадській активності.

Медійним національним символом Хорватії став *морський орган у місті Задар*. Набережна перетворилась на музичний інструмент для моря. В сходинках набережної є отвори з трубками, і вітер, проникаючи в них, видає певну мелодію. Цей простір є чудовим прикладом створення медійності не лише візуальними, а й звуковими елементами. Звукова медійність також є ключовою властивістю *площі Cimbalom Circle* у *Будапешті*, в яку вмонтовано датчики і реагуючі світлові кільця. Постукавши по них, пристрої видають звуки, що відповідають різним музичним інструментам. Простір асоціюється із Будинком музики, що розташований неподалік, а також є постійним нагадуванням про те, що гра не тільки для дітей – вона для всіх – і що громадські простори повинні захочувати її. Міським символом також став простір *Metropol Parasol* у *Севільї*. Його сучасний дизайн з шести дерев'яних парасольок асоціюється зі склепіннями старого Севільського собору, а також фікусовими деревами, що є символом Іспанії. Завдяки цьому простір став однією із візитівок міста. Культовим місцем також варто згадати *парк Міленіум* у *Чикаго*, що є символом постмодерної архітектури та центральним місцем для демонстрації сучасного мистецтва.

Орієнтацію на майбутнє транслює медійність *Міста мистецтв і наук* у *Валенсії*. Кожна будівля тут має футуристичні форми і складається з білого бетону, скла та

нержавіючої сталі. Його відвідувачі проводять асоціації з космічною станцією, кораблем чи обсерваторією.

Актуальною проблемою сучасної урбаністики є нестача озеленення та рекреаційних просторів, тому у багатьох містах спостерігається тенденція до формування зелених просторів для відпочинку та орієнтації на комфорт людини. Прикладом можна назвати *Біржову площу у Лондоні*, яка асоціюється з природою, передає спокій та контрастує з шумним ритмом життя, що відбувається довкола. Саме цим простір приваблює відвідувачів, які хочуть відпочити та розслабитися під час важкого робочого дня. *Площу Phillips Square у Монреалі* реконструйовано як безпечне середовище для відпочинку та комунікації перехожих. Нова поєднує мережу існуючих вулиць, пам'ятників та історичних будівель у єдиний міський ландшафт. Організація простору є посиленням до англійського саду вікторіанської епохи для підкреслення будівель історичної спадщини, розташованих довкола.

Значимість медійності є важливим для її сприйняття мешканцями, тому необхідністю є врахування їх думки в процесі проектування. Так було у випадку формування *просторів «Дитяче село» у Бразилії* біля школи-інтернату. Простір розроблено для відпочинку та ігор за вимогами учнів, з якими попередньо зустрічалися архітектори. Оскільки враховано побажання дітей, що тут навчаються, вони називають його «дім поза домом». Простір також зберігає національний характер за рахунок використання традиційних матеріалів.

Медійність також може бути першочергово виражена через функції міського простору. *The Lawn on D у Бостоні* є динамічним та яскравим, адже призначений для активного відпочинку та розваг. Тут постійно змінюються види діяльності, проводяться різноманітні заходи, що залучають мешканців, працівників та туристів, що задає тон громадського впливу та виражає амбіції району.

Для повноцінного життя у місті потрібні різноманітні громадські простори - більші і менші, відкриті для різноманітних подій. Такі простори не тільки пропонують певний вид діяльності, а й підштовхують мешканців генерувати різноманітні сюжети його використання. Саме через такий простір люди повертають собі відчуття того, що

у них є право на місто, і в Україні за останні роки теж з'являються такі громадські простори (рис.1.4.4).

Сквер «Прибережний» у місті Дніпро створено за всіма канонами проектування сучасних європейських просторів: багато озеленення, місць для прогулянок та спілкування, інтеграція новітніх технологічних засобів для створення аудіовізуального шоу ввечері, дитячі майданчики, місця для вигулу собак, сучасні елементи благоустрою, фонтан. Однак в медійності даного простору відсутній глибинний зміст. Мешканці сприймають його лише як сучасний гарно облаштований простір для прогулянок, відпочинку та спілкування.

Урбан-парк на ВДНГ у Києві трансліює зв'язок зі спортом та фізичною активністю, адже містить сучасний бетонний скейт-парк, танцмайданчик, місця для стритфутболу, брейкінгу, стритболу, воркауту, паркуру та майданчик для проведення різноманітних подій. Відвідувачам подобається це місце за цілодобовий і безкоштовний доступ до сучасного спортивного обладнання.

Культовим простором в Україні стала *набережна з фонтаном Roshen у Вінниці*, унікальна мультимедійним фонтаном на воді, що використовує аудіовізуальні ефекти для створення шоу. В медійність простору закладено пряме посилення на рекламу фірми Roshen, фабрика якої знаходиться поруч.

Підвищення медійності простору за рахунок реконструкції отримала *набережна "Циганка" у Тернополі*. Основну функцію громадського пляжу тут було збережено. У результаті зустрічей з жителями до «Циганки» додано амфітеатр, пристань для човнів, сучасні оглядові майданчики, фотозони, скейт-парк, пішохідний фонтан, дитячий та волейбольний майданчики. Колись занедбана набережна Тернопільського ставу перетворилась на сучасний простір для проведення дозвілля. Мешканці позитивно сприймають оновлений простір для прогулянок, відпочинку та спілкування.

Ще одним вдалим прикладом реконструкції є *вулиця Короленка або Бульвар Мистецтв у Дніпрі*. Медійність вулиці покликана змінити образ Дніпра із сірого промислового міста на технологічне, красиве та креативне.







МЕДІЙНІСТЬ ГРОМАДСЬКОГО ПРОСТОРУ			
Загальні відомості	Фотофіксація	Засоби вираження медійності	Значення медійності та її оцінка людьми
<p>Сквер "Прибережний" у Дніпрі, Україна, архітекторка Єлизавета Козієнко, 2019 р.</p>	 <p>https://hmarochos.kiev.ua/2022/07/15/</p>	<p>У сквері багато озеленення, місць для прогулянок та спілкування, дитячі майданчики, місця для виходу собак, сучасні елементи благоустрою. У простір інтегровані новітні технологічні засоби для створення аудіовізуального шоу ввечері.</p>	<p>В медійності громадського простору відсутній глибокий зміст. Мешканці сприймають його як сучасний гарно облаштований простір для прогулянок, відпочинку та спілкування.</p>
<p>Урбан-парк на ВДНГ у Києві, Україна, архітектори Big City Lab, 2021 р.</p>	 <p>https://donfakelake.com/yakij-viglyd-maye-urban-park-na-vdnh/</p>	<p>Простір містить сучасний бетонний скейт-парк, танцмайданчик, споти для стритфутболу, брейкінгу, стритболу, воркауту, паркуру, та майданчик для проведення різноманітних подій.</p>	<p>Медійність громадського простору транлює зв'язок зі спортом та фізичною активністю. Відвідувачам подобається це місце за цілодобовий і безкоштовний доступ до сучасного спортивного обладнання.</p>
<p>Набережна з фонтаном Roshen у Вінниці, Україна, архітектор Ральф Ду, 2011 р.</p>	 <p>https://goldenfour.com.ua/charivna-vinnitsya-2/</p>	<p>Набережна Південного Буга організована з місцями для сидіння перед мультимедійним фонтаном на воді, що використовує аудіовізуальні ефекти для створення шоу.</p>	<p>В медійність простору закладено пряме посилення на рекламу фірми Roshen, фабрика якої знаходиться поруч. Унікальність фонтану заохочує відвідувачів та перетворила його на візитівку Вінниці.</p>
<p>Набережна "Циганка" у Тернополі, Україна, архітектори URBAN.Іє, 2016 р.</p>	 <p>https://hmarochos.kiev.ua/2019/06/08</p>	<p>Набережна ставу з громадським пляжем. У результаті зустрічей з жителями до «Циганки» додано амфітеатр, пристань для човнів, сучасні оглядові майданчики, фотозони, скейт-парк, пішохідний фонтан, дитячий та волейбольний майданчики.</p>	<p>Колись занедбана набережна Тернопільського ставу перетворилась на сучасний простір для проведення дозвілля. Мешканці позитивно сприймають оновлений простір для прогулянок, відпочинку та спілкування.</p>
<p>Зоопарк у Черкасах, Україна, архітектори Project 7, 2019 р.</p>	 <p>https://bzh.life.ua/mesta-i-vesti/u-cherkasah-je-konstruyuvani-zoo-park/</p>	<p>У зоопарку організовано експозиційну схему зануреного типу, що надає можливість відокремити зону відвідувачів та тварин. Відвідувачі рухаються металевими мостами. Замість кліток та вольєрів - скло. Вхідна зона у вигляді "нори".</p>	<p>В медійності зоопарку закладено ідею відтворення природного середовища, розширення території життя тварин та збереження природи. Зоопарк символізує перехід зі світу людей у світ тварин. Відвідувачі в захваті від сучасної організації простору.</p>
<p>Вулиця Короленка (Бульвар Мистецтв) у Дніпрі, Україна, архітектори Дмитро Волик, Ксенія Донецька, 2020 р.</p>	 <p>https://llawards.com/winners/winner.php?id=2853&mode=win</p>	<p>Сучасні архітектурні форми, озеленення, фонтани, новітня система освітлення, прожектори, інтерактивний медіа-екран з візуальними ефектами, що реагують на рухи людини.</p>	<p>Медійність вулиці покликана змінити образ Дніпра із сірого промислового міста на технологічне, красиве та креативне. Вулиця асоціюється з динамічністю і перетворилась на місце зустрічі творчих людей і стала яскравою туристичною пам'яткою.</p>

Рис.1.4.4. Аналіз медійності громадських просторів України (рисунок автора)

Завдяки сучасним архітектурним формам та інтеграції інтерактивних медіа-технологій вулиця перетворилась на місце зустрічі творчих людей і стала яскравою туристичною пам'яткою.

Трансформація медійності зоопарків відбулась на прикладі *зоопарку у Черкасах*, адже в ньому втілено ідею максимального відтворення природнього середовища тварин та збереження природи. Тут організовано експозиційну схему зануреного типу, що надає можливість відокремити зону відвідувачів та тварин. Відвідувачі рухаються металевими мостами, замість кліток та вольєрів використано скло, що створює безбар'єрний огляд. Вхідну зону зроблено у вигляді «нори», що символізує перехід зі світу людей у світ тварин.

Рівень архітектурного об'єкта

Медійність окремого архітектурного об'єкта (рис. 1.4.5, 1.4.6) обмежується його об'ємно-просторовим вирішенням. Це сутність, яку несе у собі ціла будівля чи споруда, і за допомогою чого формується образ об'єкта, що забезпечує його ідентифікацію та впливає на сприйняття та поведінку людей біля нього. Якщо об'єкт має приємну медійність, то люди більш імовірно будуть хотіти перебувати та взаємодіяти з ним. Натомість через неприємну медійність люди можуть критикувати та уникати об'єкт.

Прикладом формування медійності за допомогою сучасних технологій можна назвати *будинок із Piccadilly Lights на площі Пікаділлі у Лондоні*, всесвітньо відомий своїм величезним медіа-фасадом, який використовує технологію розпізнавання для відображення цільової реклами на основі марки автомобілів, що проїжджають, а також статі та віку пішоходів. В контексті містобудівного простору фасад дуже десонує з існуючим історичним середовищем. Тим не менш, саме це зробило площу Пікаділлі жвавим місцем для зустрічей і туристичною визначною пам'яткою. Ще один варіант медійності за допомогою цифрових технологій бачимо на *торгово-розважальному центрі COEX у Сеулі*. Його наземна частина представлена великим медіа-фасадом, на якому відображається анімація хвиль. Медійність об'єкта дуже помітна і привертає увагу перехожих, завдяки чому будівля стала акцентом району. Зображення хвилі є посиланням на океанаріум, який знаходиться всередині центру.

МЕДІЙНІСТЬ АРХІТЕКТУРНОГО ОБ'ЄКТА			
Загальні відомості	Фотофіксація	Засоби вираження медійності	Значення медійності та її оцінка людьми
Будівля із Piccadilly Lights на площі Пікаділлі, Лондон, Англія, архітектори Ocean Outdoor, 2017 р.	 https://www.visitlondon.com/de/sehen-und-erleben/ort/	Цифровий фасад на історичній будівлі, що використовує технологію розпізнавання для відображення цільової реклами на основі марок автомобілів, що проїжджають, а також статі та віку пішоходів.	Інформація рекламного характеру. В контексті міського простору будівля дуже десонує із існуючим історичним середовищем. Будинок став культовим завдяки популяризації на телебаченні.
Тенісна арена Qizhong, Шанхай, Китай, архітектор Міцзуру Сенда, 2005 р.	 https://www.djournal.com.ua/?p=427	Художній образ арени створено технологічними засобами розсувної конструкції даху, яка складається з 8 частин і може змінити свою форму за 8 хвилин.	Будівля арени символізує національний символ Шанхаю - квітку магнолії. Число вісім є символом щастя у китайській культурі, тому саме така кількість "пелюсток квітки".
Транспортний вузол Oculus на Манхеттені, Нью-Йорк, США, архітектор Сантьяго Калатрава, 2016 р.	 https://www.arch2o.com/oculus-by-santiago-calatrava/	Будівля має еліптичну форму і представлена конструкцією зі сталевим каркасом білого кольору, що утворюють пару навісів. Усередині транспортний вузол поєднаний із музеєм та торговим простором.	Будівля присвячена пам'яті жертв внаслідок терористичного акту у Нью-Йорку 11 вересня 2001 року. Контури будівлі символізують голуба, який випустила з рук дитина, а колір - мир. Проте люди іноді роблять хибні асоціації.
Храм Бахаї в Сантьяго, Чилі, архітектори Nariñi Pontarini Architects, 2016 р.	 https://pragmatika.media/news/vosmoj-v-mire-hram-bahai	Храм представлений куполом із дев'ятьох «пелюсток» з мармуру та скла, які переливаються кольорами і створюють сяйво навколо храму та всередині нього	Медійність храму полягає у розумінні єдності Бога та рівності всіх людей. Це універсальна архітектура для усіх віросповідань. Будівля уособлює прагнення до духовного розвитку.
Лікарня Братів Милосердя у Граці, Австрія, архітектори Dietger Wissounig Architekten, 2022 р.	 https://accommodationinsevilla.com/	Чіткі лінії та світлі кольори на фасадах, багато застосування скла, інформаційні таблиці. Будівля є нейтральною по відношенню до існуючого історичного середовища.	У медійність лікарні закладалась ідея щодо якісного лікування через асоціації з чистотою та стерильністю просторів. Однак фасад будівлі складає хибне враження про її функцію, адже нагадує офісну споруду.
Торгово-розважальний центр COEX у Сеулі, Південна Корея, архітектори RTKL, 2014 р.	 https://www.researchgate.net/publication/271111111	Торгово-розважальний центр розміщений під землею, натомість його наземна частина представлена великим медіа-фасадом, на якому постійно відображається анімація хвиль.	Медійність об'єкта дуже помітна і привертає увагу перехожих, завдяки чому будівля стала акцентом району. Зображення хвилі є посиланням на океанаріум, який знаходиться всередині центру.
Ельбська філармонія у Гамбурзі, Німеччина, архітектори Жак Херцог та П'єр Морон, 2016 р.	 https://lifepravda.com.ua/culture/2017/01/11/222073/	Надбудова складається з частково вигнутих скляних панелей, які утворюють "хвилі" на фасаді будівлі, і відображають небо, воду і міський ландшафт. Завдяки контрасту із середовищем, об'єкт є акцентом даного району міста.	Хвилеподібний фасад – це алюзія на рух звуку. Філармонія була покликана вдихнути нове життя в непопулярний індустріальний район Гамбурга. Зважаючи на її популярність, роль її медійності можна вважати виконаною.

Рис.1.4.5. Аналіз медійності світових архітектурних об'єктів (рисунок автора)








МЕДІЙНІСТЬ АРХІТЕКТУРНОГО ОБ'ЄКТА			
Загальні відомості	Фотофіксація	Засоби вираження медійності	Значення медійності та її оцінка людьми
<p>Культурний центр Гейдара Алієва в Баку, Азейбарджан, архітектор Заха Хадід, 2012 р.</p>	 <p>https://www.hauteresidence.com/zaha-hadids-heydar-aliyev-centre/</p>	<p>Будівля у формі хвилі, яка закручується, формуючи кілька просторів всередині. Центр складається з двох систем: бетонної конструкції та великої кількості просторових рам із застосуванням скла.</p>	<p>Хвилеподібна форма поєднує небо із землею, символізуючи зв'язок минулого з майбутнім. У проєкті втілена ідея ісламської архітектури в сучасному баченні. Даний об'єкт став відомим на цілий світ.</p>
<p>Бурдж-Халіфа, Дубай, Об'єднані Арабські Емірати, архітектори Skidmore, Owings and Merrill, 2010 р.</p>	 <p>https://www.djournal.com.ua/?p=427</p>	<p>Конструкція із залізобетону та сталь зі скляними фасадами в стилі неофутуризму. Хмарочос сягає висоти 828 метрів і налічує 163 поверхи.</p>	<p>Будівля присвячена шейху Халіфу ібн Заїду ан-Нахайяну і сприяла перетворенню міста на світовий центр туризму. На сьогодні є найвищою спорудою планети, а тому відома на весь світ і вважається "місцем багатіїв".</p>
<p>Концертний зал Disney Concert Hall у Лос-Анджелесі, США, архітектор Френк Гері, 2003 р.</p>	 <p>https://en.wikipedia.org/wiki/Walt_Disney_Concert_Hall</p>	<p>Будівля у стилі деконструктивізму, оздоблена вигнутими сталевими світловідбиваючими панелями.</p>	<p>Ідея залу натхненна машинною естетикою. Сприйняття об'єкта неоднозначне: деякі кажуть, що будівля нагадує зім'ятий аркуш паперу, інші оголошують його шедевром. Тим не менш, зал є одним із найвпізнаваніших у світі.</p>
<p>Аеропорт Мадрид-Баракас у Мадриді, Іспанія, архітектор Річард Роджерс, 2005 р.</p>	 <p>https://www.westend61.de/en/imageView/7A05F12641</p>	<p>Аеропорт оздоблено дерев'яним хвилеподібним покриттям та колонами, які імітують дерева. Також в покрівлі створено отвори для потрапляння сонячного світла.</p>	<p>Медійність об'єкта асоціюється з лісом, що транслює спокій і не викликає бажання втекти, як це буває в аеропортах. Відвідувачі запам'ятовують його за цікавий художній образ.</p>
<p>Археологічний музей Moesgaard в Орхусі, Данія, архітектори Henning Larsen, 2014 р.</p>	 <p>https://maladomework.com/read/denmark-architecture-wonders-must-visit</p>	<p>Строга споруда в стилі бруталізму "впливає" із м'якого ландшафту та озеленення, в оточенні якого знаходиться. Виставкові зали, книгарня, кафе, конференц-зали частково розташовані у підземній частині.</p>	<p>Медійність музею транслює зв'язок із природою. Об'ємно-просторова організація також імітує для відвідувачів поїздки до археологічних розкопок. Об'єкт відомий своїм екологічним підходом до експлуатації.</p>
<p>Музей ісламського мистецтва в Дасі, Катар, архітектори PEI Architects, 2008 р.</p>	 <p>https://inspired.com.ua/creative/architecture/19-amazing-museums/</p>	<p>Будівля має сучасний дизайн з геометричними візерунками, проте силует має пропорції ісламського традиційного храму. Західний і північний фасади орієнтовані до гаваней.</p>	<p>Об'єкт символізує поєднання традицій ісламської архітектури та катарського морського минулого із сучасним часом. Музей відомий також найбільшою колекцією ісламського мистецтва.</p>
<p>Штаб-квартира CCTV у Пекіні, Китай, архітектори OMA, 2008 р.</p>	 <p>https://www.researchgate.net/publication/321155592_8</p>	<p>51-поверховий хмарочос, утворений з пари з'єднаних веж у стилі деконструктивізму. Фасади зі скла, мають інтегроване кольорове освітлення.</p>	<p>Висотка повинна була стати символом виклику гравітації від людства. Однак мешканцям вона незрозуміла, її прозвали "великі штани" за форму. Натомість архітектурні критики назвали об'єкт "величним твором архітектури".</p>

Рис.1.4.6. Аналіз медійності світових архітектурних об'єктів (рисунок автора)

Як об'єкт національної медійності архітектури варто розглянути *тенісну арену Qizhong у Шанхаї*, яка стала всесвітньо відомим спортивним об'єктом завдяки розсувній конструкції даху, яка може трансформуватись із закритого у розкритий вигляд лише за 8 хвилин. Дах складається із восьми частин у формі пелюсток, що нагадують квітку магнолії - офіційний символ Шанхаю. Як можна зауважити, число 8 не просто так фігурує у даному об'єкті, адже в китайській культурі це число вважається щасливим. Таким чином в архітектурний об'єкт закладено певний національний зміст за допомогою сучасних технологічних та конструктивних засобів.

Поєднанням традицій ісламської архітектури та катарського морського минулого із сучасним часом є *Музей ісламського мистецтва в Дасі*. Будівля має сучасний дизайн з геометричними візерунками, проте силуету надано пропорцій ісламського традиційного храму.

Особливої уваги заслуговує медійність сакральних споруд, адже вона містить у своїй сутності найвищі цінності людини. Як приклад наведено медійність *храму Бахаї в Сантьяго*. Основний задум полягав у створенні архітектури, яка буде зрозумілою для людей різних віросповідань, адже суть віри бахаї полягає у єдності Бога та рівності всіх людей. Оболонка храму складається з дев'яти сталевих «крил», щоб домогтися заломлення та відбиття променів світла і створення враження, що храм сяє.

Символізм у медійності об'єкта спостерігається у футуристичній *транспортній розв'язці Oculus у Нью-Йорку*. Об'єкт присвячений пам'яті жертв внаслідок терористичного акту 11 вересня 2001 року. Згідно із задумкою архітектора Сантьяго Калатрави обриси транспортного об'єкта символізують голуба, який випустила з рук дитина. Промені сонячного світла пробиваються крізь сталевий каркас і освітлюють білий інтер'єр, приносячи в нього мир та надію після страшних подій. Таким чином, медійність об'єкта полягає в ознакуванні нового етапу в історії міста, що нагадує про відродження і життєву силу. Втім, люди порівнюють таку форму з логотипом Nike чи індичкою, яку готують на День Подяки у США.

Відображення певного змісту в медійності архітектури перетворює її на символи міст чи навіть країн. Наприклад, *Ельбська філармонія у Гамбурзі*, хвилеподібні фасади якої є алюзією на рух звуку, завдяки контрасту із середовищем,

є акцентом цілого міста. *Культурний центр Гейдара Алієва в Баку* від Захи Хадід своєю формою поєднує небо із землею, символізуючи зв'язок минулого з майбутнім, що закладено в основі ісламської архітектури. Даний об'єкт став відомим на весь світ.

Ще одним всесвітньо відомим об'єктом є *Бурдж-Халіфа в Об'єднаних Арабських Еміратах*. Проте в медійність даного об'єкта не закладалось глибинного змісту, натомість він компенсує це своєю унікальністю – найбільшою у світі висотою та неофутуристичними конструктивними вирішеннями. На сьогодні висотка також вважається "місцем багатіїв".

Об'єктом-символом міста можна назвати і *концертний зал Disney Concert Hall у Лос-Анджелесі* у стилі деконструктивізму, однак його сприйняття людьми неоднозначне: деякі кажуть, що будівля нагадує зім'ятий аркуш паперу, інші оголошують його шедевром. Тим не менш, зал є одним із найвпізнаваніших у світі. З несприйняттям соціумом та хибним розумінням медійності стикнулася також *будівля штаб-квартири CCTV у Пекіні*. Висотка своєю незвичною формою повинна була стати символом виклику гравітації від людства та своєрідним пам'ятником сучасним технологіям. Однак мешканцям вона незрозуміла, її прозвали "великі штани".

Медійність в архітектурі не завжди може знаходити правильне трактування. Іноді архітектори недостатньо продумують закладені концептуальні ідеї, результатом чого є хибне враження про об'єкт. Прикладом можна назвати проект *лікарні Братів Милосердя у Граці*. Будівля розміщена в старій частині міста і після реконструкції отримала новий вигляд. Однак будівля складає про себе хибне враження, адже спершу може здатися, що це звичайна офісна споруда в історичному середовищі. Тому при проектуванні варто звертати увагу на «шаблонні» форми конкретних функціональних об'єктів для уникнення хибного розуміння архітектури.

Медійність об'єкта також може використовуватись для руйнування «стереотипів» у сприйнятті певних типологічних об'єктів. Хорошим прикладом є *аеропорт Мадрид-Барахас*. Аеропорт оздоблено дерев'яним хвилеподібним покриттям та колонами, які імітують дерева, а в покрівлі створено острови для точкового потрапляння сонячного світла. Таким чином, медійність об'єкта

асоціюється з лісом, що транслює спокій і в свою чергу руйнує «стереотип» про те, що в аеропортах завжди почуваються тривожно.

Актуальним змістом для закладення у медійність сучасних архітектурних об'єктів є екологічність. Наприклад, *археологічний музей Moesgaard у Данії* організований таким чином, що будівля ніби "впливає" із м'якого ландшафту та підпорядковується озелененню, в оточенні якого знаходиться, тим самим транслюючи повагу до природи. Об'ємно-просторова організація музею також імітує для відвідувачів поїздки до археологічних розкопок.

Медійність українських архітектурних об'єктів виражена схожими архітектурними засобами, як і у світовому досвіді (рис.1.4.7). Першочерговим свідченням приналежності до теперішнього часу є мінімалістична форма об'єктів та використання скла та металу для оздоблення фасадів. Наприклад, *Регіональний центр надання послуг у Харкові* та *новий аеропорт у Запоріжжі*. Дані будівлі спроектовано як сучасні об'єкти замість їх попередників з радянських часів. Мешканцям такі варіанти однозначно сподобалися більше, однак медійність цих об'єктів не має у своїй сутності глибокого змісту.

Однією із найбільш критикованих сучасних будівель в Україні є *Театр на Подолі у Києві*, який виділяється із історичного середовища своїм мінімалістичним фасадом з цегли та металу. Об'єкт мав стати символом сучасної архітектури, однак багатьом українцям він не сподобався, за що його назвали "саркофагом" та "коробкою" і вимагали переробити.

В медійності сучасних об'єктів України теж часто використовують медіа-технології, наприклад, *багатофункціональний комплекс Gulliver у Києві* привертає увагу своїми великоформатними медіа-екранами на фасадах, які транслюють унікальні 3D-відеоінсталяції та рекламу. Медійність комплексу транслює його багатозадачність та комерційну спрямованість.

Прикладом руйнування медійністю типологічних «стереотипів» можна назвати *Гімназію А+ у Києві*. Об'єкт має стримані фасади, ламані схили даху та динамічне членування вікон, що є не типовим для шкіл в Україні. Мешканці сприймають об'єкт як зразок європейської архітектури, що диктує престижність даного закладу.

МЕДІЙНІСТЬ АРХІТЕКТУРНОГО ОБ'ЄКТА			
Загальні відомості	Фотофіксація	Засоби вираження медійності	Значення медійності та її оцінка людьми
<p>Театр на Подолі у Києві, Україна, архітектор Олег Дроздов, 2017 р.</p>	 <p>http://atlanalvaschenkoteat.com.ua/teatri/teatr-na-podoli-kyjiv/</p>	<p>Новий мінімалістичний фасад виконаний зі старої вживаної цегли та фальцевим металом. В нішах-вікнах першого рівня влаштовано афіші. Фасад оснащено підсвіткою.</p>	<p>Об'єкт мав стати символом сучасної архітектури, однак багатьом українцям здалося, що театр не вписується в історичне середовище, за що його назвали "саркофаг", "жах", "коробка" і вимагали переробити.</p>
<p>Регіональний центр надання послуг у Харкові, Україна, архітектор Дмитро Фоменко, 2017 р.</p>	 <p>https://dozryk.kb.ua/article/1483.html</p>	<p>Строгий ламаний фасад зі скла, який влаштовано на металевому каркасі старої будівлі. Поруч розміщені інформаційні стенди. Об'єкт є інклюзивним.</p>	<p>Приклад того, як будівлю радянських часів вдалося перетворити на сучасний об'єкт архітектури, про що і свідчить його медійність. Строгість фасаду асоціюється з функціями будівлі. Мешканцям сподобався такий варіант нової будівлі.</p>
<p>Аеропорт у Запоріжжі, Україна, архітектор Олексій Агафонов, 2020 р.</p>	 <p>https://uvi-group.com/uk/project/mizhnarodnyj-aeroport-zaporizhzhya/</p>	<p>Об'єкт має залізобетонний каркас зі скляними фасадами та перфорованими навісними конструкціями з геометричними орнаментами.</p>	<p>Медійність є типовою для сучасної архітектури аеропорту. Мешканцям об'єкт подобається, адже набагато кращий за його радянського попередника.</p>
<p>Багатофункціональний комплекс Gulliver у Києві, Україна, архітекторка Тетяна Григорова, 2013 р.</p>	 <p>https://vika.tv/wp-content/uploads/2023/09/01/</p>	<p>Комплекс висоток із скляними фасадами та великоформатними медіа-екранами. Функції комплексу включають торгові зали, супермаркет, кінотеатр, салони краси, басейн, офіси.</p>	<p>Медійність комплексу транслює його багатозадачність та комерційну спрямованість. Увагу перехожих він привертає медіа-екранами, які транслюють унікальні 3D-відеоінсталяції та рекламу.</p>
<p>Культурно-діловий центр "Менора" у Дніпрі, Україна, архітектор Олександр Сорін, 2012 р.</p>	 <p>https://dnpr.com.ua/storage/media/publishing-media/2019/03/18/</p>	<p>Комплекс складається з 7 веж з підсвіткою, що представляють собою Храмівий семисв'ячник. Для оздоблення використано мармур та унікальний єрусалимський камінь.</p>	<p>В медійність об'єкту закладено символізм єврейської культури. Архітектор хотів зробити його "продовженням" Стіни плачу у Єрусалимі. Представники єврейської культури схвально відносяться до об'єкта, в якому передбачено збереження традицій.</p>
<p>Гімназія А+ у Києві, Україна, архітектори Archimatika, 2018 р.</p>	 <p>https://birdflight.com/architecture/uk/2020/11/17-17-luchshih-zdanly-kieva.html</p>	<p>Об'єкт має стримані фасади та ламані схили даху. Присутнє динамічне членування вікон з червоним акцентним обрамленням.</p>	<p>Медійність будівлі асоціюється зі стриманістю, архітектори наповнили її гуманістичним змістом. Мешканці сприймають об'єкт як зразок європейської архітектури, що диктує престижність заного закладу.</p>

Рис.1.4.7. Аналіз медійності архітектурних об'єктів України (рисунок автора)

Як приклад застосування культурної символіки через медійність варто згадати *культурно-діловий центр "Менора" у Дніпрі*. Комплекс складається з 7 веж з підсвіткою, що символізують собою єврейський храмовий семисвічник. Для оздоблення використано мармур та унікальний єрусалимський камінь. Архітектор хотів зробити будівлю "продовженням" Стіни плачу у Єрусалимі. Представники єврейської культури схвально відносяться до об'єкта, в якому передбачено збереження їхніх традицій.

Рівень елементів оздоблення

Цей ієрархічний рівень характеризується окремими елементами архітектурного об'єкта чи громадського простору. Не зважаючи на невеликий розмір, елементи оздоблення можуть бути ключовим складником медійності архітектурного середовища, адже кожна вулиця та кожен будинок на ній наповнені елементами дизайну, що несуть у своїй сутності певний зміст і транслюють певні цінності суспільства (рис.1.4.8, 1.4.9).

Одним із найпоширеніших елементів оздоблення у архітектурному просторі є скульптури та пам'ятники. Як приклад розглянемо *скульптуру «Розкриття» поблизу Бруклінського мосту у Нью-Йорку*, що показує дівчину у позі лотоса, яка випромінює світло. Поглянувши на скульптуру, мимоволі переймаєшся змістом послання: людина – це щось більше, ніж просто тіло; людина може значно більше, ніж очевидно здавалося б. Як приклад сучасного всесвітньо відомого пам'ятника варто згадати *скульптуру голови Франца Кафки у Празі*, яка складається з обертових пластин. Саме ця динамічна складова зробила об'єкт унікальним та атрактивним.

Ще одним видом елементів оздоблення простору є меморіали, медійність яких є найвищою, оскільки її емоційна складова має найбільшу виразність. Наприклад, *монумент "Жінки в пам'яті" у чилійському місті Сантьяго* дозволяє вшановувати пам'ять місцевих репресованих жінок. Скляна стіна з отворами та підсвіткою символізує шану від мешканців на всі часи.

Поширеними елементами простору є також фонтани, медійність яких може бути різною. *Фонтан «Поєдинок» у Монреалі* є композицією на міфологічну тематику Канади та вирізняється поєднанням стихій води та вогню.



МЕДІЙНІСТЬ ЕЛЕМЕНТА ОЗДОБЛЕННЯ			
Загальні відомості	Фотофіксація	Засоби вираження медійності	Значення медійності та її оцінка людьми
Скульптура «Розкриття» біля Бруклінського мосту у Нью-Йорку, США, скульпторка Пейдж Бредлі, 2012 р.		Скульптура жінки в медитативній позі, по тілу якої проходять тріщини, крізь які просочується світло.	Скульптура показує людину, чий внутрішній енергії тісно в рамках фізичного тіла, і вона проривається назовні. Людина - це щось більше, ніж просто тіло, вона може значно більше, ніж здається. Мешканцям до вподоби дана концепція.
Графіті-фреска «Братський поцілунок» на Берлінській стіні, Берлін, Німеччина, художник Дмитро Врубель, 1990 р.		Графіті, нанесене фарбами на частині фрагменту зруйнованої Берлінської стіни.	Графіті як символ заснування Німецької Демократичної Республіки, нанесений на Берлінській стіні. Приклад вуличного мистецтва, що отримало художню цінність для цілого світу, люди приїжджають сюди для фото.
Фонтан «Поединок» в Міжнародному кварталі Монреалю, Канада, скульптор Жан-Поля Рюпель, 2000 р.		Фігури зображують різноманітних тварин та постаті із канадської міфології. З фонтану вивергаються струмені води, перетворюються на туман, згодом навколо фонтану спалахує кільце вогню.	Медійність транслює зв'язок із народним фольклором та стихіями природи, які фігурують у міфології регіону. Об'єкт є атракційним місцем району та завжди збирає багато глядачів.
Міст Cirkelbroen у Копенгагені, Данія, архітектор Олафур Еліассон, 2015 р.		Вантовий міст складається з п'яти з'єднаних круглих платформ різного розміру зі «щоглами». Міст підсвічується вночі. Частина мосту рухома для пропуску човнів.	Медійність моста символізує морську історію Копенгагена. Перехожим об'єкт цікавий за його незвичний художній образ, на ньому часто люблять відпочивати.
Пам'ятник Францу Кафці у Празі, Чехія, скульптор Давид Черні, 2014 р.		Обертова скульптура голови Франца Кафки із 42 пластин з нержавіючої сталі з дзеркальним блиском. Швидкість обертання регулюється віддалено, причому в алгоритмі руху запрограмовано безліч варіацій.	Об'єкт присвячено пам'яті письменника Франца Кафки. Реалізація пам'ятника припала до душі як місцевим, так і туристам, і стала одним із сучасних символів Праги.
Фонтан Charybdis у Сандерленді, Велика Британія, дизайнер Вільям Пай, 2000 р.		Велика акрилова прозора колба-циліндр, під якою встановлені насоси, що створюють повітряно-вихровий потік, який закручується лійкою всередині циліндра.	Медійність фонтану пов'язана із захопленням стихією води. Його назва запозичена із грецької міфології, де Харібда є уособленням всепоглинаючої морської безодні. Відвідувачів захоплює даний об'єкт, тому у світі ще є кілька його копій.
Екран Sky Screen перед ТРЦ The Place у Пекіні, Китай, дизайнер Джеремі Рейлтон, 2007 р.		250-метровий підвісний світлодіодний екран з 5 частин, що відтворюють світлове шоу із зображеннями високої роздільної здатності та найсучаснішими звуковими системами.	Завдання медійності даного об'єкта - створити новий маркетинговий досвід у покупців, який їх вразить. Екран також застосовується для трансляції важливих подій на велику аудиторію.

Рис.1.4.8. Аналіз медійності світових елементів оздоблення (рисунок автора)

МЕДІЙНІСТЬ ЕЛЕМЕНТА ОЗДОБЛЕННЯ			
Загальні відомості	Фотофіксація	Засоби вираження медійності	Значення медійності та її оцінка людьми
<p>Фонтан Crown Fountain в парку Міленіум у Чикаго, США, дизайнер Жауме Пленса, 2004 р.</p>	 <p>https://www.sartle.com/artwork/crown-fountain-jaume-plensa</p>	<p>Басейн із чорного граніту, з обох кінців якого розміщено вежі зі скла. Кожна з веж покрита світлодіодами, які показують обличчя людей з різними емоціями і з їх ротів тече вода.</p>	<p>Об'єкт символізує людські емоції, а розташування веж одна навпроти одної є закликом до широчі та відвертості у спілкуванні. Люди спершу критикували об'єкт за його контраст із середовищем, проте згодом він став культовим місцем.</p>
<p>Громадський туалет «ВНПЕ» біля станції Ебісу в Токіо, Японія, архітектор Кашіва Сато, 2021 р.</p>	 <p>https://tokyocheepo.com/en/ehousepublictoiletseeing</p>	<p>Об'єкт кубічної форми з навісними білими решітками та акцентним освітленням.</p>	<p>Медійність об'єкту транслає його причетність до сучасного мистецтва і натомість не пов'язана з його функцією. Даний об'єкт мав на меті бути невагомим і символізувати чистоту.</p>
<p>Вуличні кіоски Canary Wharf, Лондон, Англія, архітектори Make Architects, 2014 р.</p>	 <p>https://www.archdaily.com/474940/kiosk-make-architects/52f5ac8</p>	<p>Портативна прямокутна конструкція зі складок, які трансформуються в залежності від функцій кіоску. Матеріал стійкий до проявів вандалізму. Всередині інтегровані цифрові екрани.</p>	<p>Об'єкт асоціюється із мистецтвом оригамі і є адаптивним до різних функціональних потреб. Кіоски додають яскравості громадському простору, адже перехожі звертають на них увагу, як на мистецькі витвори.</p>
<p>Відкритий кінотеатр Open Kino Ravillon у парку Sonsbeek, Дюссельдорф, Німеччина, архітекторка Еріка Хок, 2012 р.</p>	 <p>https://www.yankodesign.com/2019/08/20</p>	<p>Відкрита з обох сторін конструкція залу у вигляді "завитка" із переробленої деревини для проведення лекцій та перегляду відео.</p>	<p>Медійність об'єкта транслає екологічність та прагнення до саморозвитку. Об'єкт користується популярністю, адже створює можливість для едукатції на свіжому повітрі.</p>
<p>Рекламний щит Netflix у Лос-Анджелесі, США, дизайнер Спенсер Сомерс, 2021 р.</p>	 <p>https://images.squarespace-cdn.com/content/v1</p>	<p>Рекламний щит з інтегрованим цифровим екраном для демонстрації повідомлень та логотипу.</p>	<p>Медійність рекламного характеру. Привертає увагу нестандартним підходом: замість того, щоб просто рекламувати свої шоу та фільми, компанія Netflix демонструє дотепні повідомлення щодо них.</p>
<p>Дорожній знак "Обережно, кенгуру" в Австралії</p>	 <p>https://www.privateequityjournal.com/2019/08/20</p>	<p>Жовтий дорожній знак із зображенням кенгуру, який можна в Австралії за межами міст і поблизу парків і заповідників, де бродять дикі кенгуру та можуть вирішити перебігти дорогу.</p>	<p>Медійність даного об'єкта має передусім попереджувальний характер. Однак за свою унікальність за межами Австралії даний знак став безпосереднім символом країни.</p>
<p>Монумент "Жінки в пам'яті", Сантьяго, Чилі, архітектори Еміліо Марін і Ніколас Нореро, 2007 р.</p>	 <p>https://www.archdaily.com/7314/women-in-the-memory-monument</p>	<p>Стіна зі скляних пластин з отворами та підсвіткою на металевому каркасі.</p>	<p>Це прозора стіна, яка не розділяє життя, а дозволяє кризь час і простір спостерігати за минулим і вшановувати пам'ять репресованих жінок, чиї портрети постають в порожніх отворах. Сюди часто приходять відвідувачі.</p>

Рис.1.4.9. Аналіз медійності світових елементів оздоблення (рисунок автора)

Фонтан «Харібда» у Сандерленді унікальний повітряно-вихровим потоком, в чому й проявляється його медійність. Але насправді його концепція набагато глибша: його назва запозичена із грецької міфології, де Харібда є уособленням всепоглинаючої морської безодні. Однак без додаткової інформації це не зрозуміло. Відомим на весь світ є *фонтан «Crown Fountain» у Чикаго*, що запам'ятовується двома цифровими вежами, які показують обличчя людей з різними емоціями і з їх ротів б'є вода. Зображення людських лиць символізує людську природу, а розташування веж одна навпроти одної є закликом до щирості та відвертості у спілкуванні. Люди спершу критикували об'єкт за його контраст із середовищем, проте згодом він перетворився на культове місце.

Дуже суперечливим елементом медійності архітектури та просторів є графіті, які останнім часом стали невід'ємною частиною міського середовища. Одні називають це вуличним мистецтвом, інші - вандалізмом. Твори деяких художників наділені певним змістом і мають естетичну цінність. Чудовий приклад вуличного мистецтва - *графіті «Братський поцілунок» на Берлінській стіні*. Один з найвідоміших малюнків на збережених фрагментах стіни зображає братський поцілунок Леоніда Брежнєва та Еріха Хонеккера, сюжет взято з фотографії, зробленої у 1979 році під час святкування 30-ї річниці заснування Німецької Демократичної Республіки.

Медійним елементом простору може бути навіть міст. Яскравий приклад - *міст Cirkelbroen у Копенгагені* у вигляді п'яти круглих платформ зі «щоглами», що символізує морську історію Копенгагена. Перехожим об'єкт цікавий за його незвичний художній образ, на ньому часто люблять відпочивати.

Неможливо уявити медійність сучасних просторів без цифрових технологій, тому варто згадати елементи оздоблення у вигляді медіа-екранів. В сучасних містах такі елементи зустрічаються часто і їх медійність має суто комерційний характер. Одним із таких є 250-метровий підвісний світлодіодний *екран Sky Screen перед ТРЦ The Place у Пекіні*, що відтворює світлове шоу для створення унікального маркетингового досвіду у покупців, щоб їх вразити. Екран також застосовується для трансляції важливих подій на велику аудиторію. Найпоширенішим прикладом

медійності комерційного характеру є рекламні щити. *Рекламний щит Netflix у Лос-Анджелесі* з інтегрованим цифровим екраном привертає увагу нестандартним підходом: замість того, щоб просто рекламувати свої шоу та фільми, компанія Netflix демонструє дотепні повідомлення щодо них.

Елементами оздоблення простору є також малі архітектурні форми, які можуть перетворюватись на витвори сучасного мистецтва. Наприклад, медійність *громадського туалету «WHITE» в Токіо* зовсім не пов'язана з його функцією, а швидше з арт-інсталяцією. Також *вуличні кіоски Canary Wharf у Лондоні* своєю динамічною формою та яскравими цифровими екранами всередині асоціюються із мистецтвом орігамі, чим привертають увагу перехожих.

Медійність елементів оздоблення також може виконувати важливі соціальні функції. Наприклад, *відкритий кінотеатр Open Kino Pavillon у Дюссельдорфі* виконує одразу дві важливі місії: пропагує екологічність та прагнення до саморозвитку, адже створює можливість для едукації на свіжому повітрі.

Яскраво виражену медійність можуть мати також зовсім незначні елементи, такі як дорожні знаки. Всесвітньо відомим є знак *"Обережно, кенгуру"* з Австралії, що став безпосереднім символом країни.

Найвищу медійність серед елементів оздоблення міських просторів в Україні (рис.1.4.10) мають меморіальні об'єкти, призначені для збереження пам'яті про певних людей чи події. Однією з таких є *меморіальна дошка журналісту Георгію Гонгадзе* на будівлі Національної спілки журналістів у Києві. Георгій зробив величезний внесок у розвиток незалежних ЗМІ України та свободи слова. Ще одним прикладом меморіального об'єкта є *барельєф «Стіна пам'яті Небесної сотні» на стіні міської ради Івано-Франківська*, на якому викарбувані контури людей та вказані імена загиблих на Майдані. Над барельєфом написано присвяту: «Тим, хто віддав життя за гідність, з якою можеш дивитися собі в очі». Мешканці шанобливо ставляться до даного об'єкта, адже він є відображенням болю кожного українця.

В Україні також медійними елементами оздоблення просторів є скульптури. Однак їх сприйняття мешканцями часто виявляється негативним через нерозуміння концепцій, закладених у сучасне мистецтво.

МЕДІЙНІСТЬ ЕЛЕМЕНТА ОЗДОБЛЕННЯ			
Загальні відомості	Фотофіксація	Засоби вираження медійності	Значення медійності та її оцінка людьми
<p>Меморіальна дошка Георгію Гонгадзе на будівлі Національної спілки журналістів у Києві, Україна, скульптор Василь Маркуш, 2019 р.</p>	 <p>https://kyivcity.gov.ua/news/</p>	<p>Дошка виконана у вигляді скла, з-за якого проглядається обличчя журналіста, а також металевої пластини, на якому написано інформацію про Георгія Гонгадзе.</p>	<p>Концепція полягає в тому, що справа Гонгадзе для України - як розбите скло. Це забобон, що приносить нещастя. І доки справа вбивства журналіста не розкрита - лихо буде приходити й надалі. Це також і символ розбитого життя людини.</p>
<p>"Розумна" зупинка ЦУМ на вул. Винниченка у центрі Луцька, Україна, 2021 р.</p>	 <p>https://www.volynnews.com/news/all/u-lutsku-festuluf-rozumnu-zupynku-foto/</p>	<p>Сучасна зупинка обладнана підсвіткою, інформаційним табло, відеокамерою, WI-Fi, USB-роз'ємами для зарядки гаджетів, сітлайтом та смітниками для роздільного збору сміття.</p>	<p>Медійність транслює інформацію про час прибуття транспорту, назву зупинки. Розумні зупинки мають позитивні відгуки від мешканців завдяки функціям, які вони пропонують. Однак вигляд зупинок люди псують, самовільно приклеюючи на них рекламу.</p>
<p>Фонтан в Парку партизанської слави у Києві, Україна, архітекторка Галина Панова, 2020 р.</p>	 <p>https://kyivcity.gov.ua/news/noviy_fontan_u_parku_partizanskoj_slavi/</p>	<p>Світловий пішохідний фонтан є одним з елементів входу до парку. П'ять арок водоспад, під яким можна пройтися. У вечірній час фонтан підсвічується за допомогою LED-світильників. Є інтерактивний режим – можна самостійно змінювати сценарій водограю.</p>	<p>Медійність об'єкта додає емоцій парку завдяки своїй яскравості та атрактивності. Фонтан унесено до Національного реєстру рекордів України як найвищий світловий пішохідний фонтан. Мешканцям подобається новий елемент простору.</p>
<p>Барельєф "«Стіна пам'яті Небесної сотні» на стіні міської ради Івано-Франківська, Україна, архітекторка Юлія Семків, 2016 р.</p>	 <p>https://zakid.net/barelyef_geroyam_nebesnoyi_sotni_n1410220</p>	<p>Барельєф виконаний зі сталі, на ньому викарбувані контури людей та вказані імена загиблих на Майдані. Над барельєфом написано присвяту: «Тим, хто віддав життя за гідність, з якою можеш дивитися собі в очі».</p>	<p>Медійність барельєфу має глибинний зміст, пов'язаний із пам'яттю загиблих на Майдані. Мешканці шанобливо ставляться до даного об'єкта, адже він є відображенням болю кожного українця.</p>
<p>Скульптура "Єднання" на Дніпровській набережній, Київ, Україна, скульптори Єгор та Микита Зігури, 2019 р.</p>	 <p>https://tut-kiev.com/wp-content/uploads/2020/01/Skulptura-Edinienie-v-Kieve</p>	<p>Скульптури зі зварених між собою полірованих прутів і труб з нержавіючої сталі у вигляді чоловічої та жіночої постатей. Поміж їх силуетами під час заходу сонця проходить світло.</p>	<p>В медійності закладена ідея єднання, що не обмежується тілесним виміром: йдеться про розчинення двох протилежностей одна в одній, і водночас – про формування кожної людини як цілісної особистості. Ставлення мешканців неоднозначне.</p>
<p>Напис "I love Ternopil" у парку ім. Т.Шевченка у Тернополі, Україна, автор Віталій Маринівський, 2017 р.</p>	 <p>https://tainemisto.tv/news/1924/ukrajina-ternopol-vidznachalymut-den-mista</p>	<p>Каркас металевий, букви виготовлені з профільної труби, зашиті листом металу і пофарбовані. Напис англійською мовою для розуміння іноземними туристами.</p>	<p>Медійність об'єкта несе суто ідентифікаційно-розважальну інформацію як "бренд" міста, розраховану на туристів. Відсутній глибинний зміст. Схожі написи поширені по багатьох містах, тож унікальність відсутня теж, через що об'єкт не має цінності.</p>

Рис.1.4.10. Аналіз медійності елементів оздоблення в Україні (рисунок автора)

Наприклад, скульптура "Єднання" на Дніпровській набережній у Києві у вигляді чоловічої та жіночої постатей зі сталевих труб. В об'єкт закладена ідея єднання, що не обмежується тілесним виміром, і формування кожної людини як цілісної особистості. Однак у медійності скульптури мешканцям важко побачити цю концепцію.

Частим елементом оздоблення міських просторів України є фонтани. Сучасний світловий пішохідний *фонтан в Парку партизанської слави у Києві* став яскравим та атрактивним елементом входу до парку. Інтерактивний режим дозволяє самостійно змінювати сценарій руху води. Медійність об'єкта додає емоцій парку, тож мешканцям подобається новий елемент простору.

У сучасних містах спостерігається зв'язок новітніх технологій із медійністю архітектури та просторів. Прикладом є «розумні» зупинки в Луцьку, обладнані підсвіткою, інформаційним табло, відеокамерою, WI-FI, USB-роз'ємами для зарядки гаджетів, сітілайтом та смітниками для роздільного збору сміття. Крім того, медійність «розумних» зупинок допомагає збільшити популярність громадського транспорту, зокрема за рахунок креативного використання медіа-технологій для просування ідеї екологічного способу пересування та зменшення пробок на дорогах.

В Україні громадські простори активно наповнюються рекламою та буквальними символами, які занадто активно перетягують на себе увагу перехожих та відволікають їх. Прикладом можна назвати величезні буквенні написи на кшталт "*I love Ternopil*" у парку ім. Т.Шевченка у Тернополі. Ідентичні об'єкти є поширеними у багатьох містах, тож їх унікальність відсутня, через що об'єкт не має цінності. Медійність об'єкта несе суто ідентифікаційно-розважальну інформацію як "бренд" міста, розрахований на туристів.

На основі аналізу на кожному ієрархічному рівні встановлено найбільш виразні ознаки медійності об'єкта, такі як історична пам'ять, соціальні проблеми, національна символіка, хаотична медійність та хибне враження, що складає об'єкт. Варто також зазначити, що вказані ознаки можуть бути одночасно притаманні одному об'єкту чи простору. Це свідчить про поліваріативність медійності на різних ієрархічних рівнях.

Шляхом аналізу існуючого досвіду проектування було виявлено три ключові тенденції у становленні медійності архітектури та громадських просторів:

1) Спрямованість до уніфікації та раціоналізації, що внаслідок пріоритету матеріальних цінностей в архітектурі та будівництві перетворює будівлі на суто функціональні структури для утилітарних та економічних цілей та призводить до спрощення їх медійності;

2) Акцент на естетиці без врахування функціональних аспектів, що призводить до формування суто привабливих зображень, медійність яких не може транслювати потребу у них;

3) Закладення змісту та відтворення цінностей, що є безпосередньою умовою для формування медійності архітектури та просторів, які є унікальними та схваленими суспільством.

1.5. Методи дослідження медійності архітектурних об'єктів та просторів.

Методи відіграють важливу роль при дослідженні властивостей медійності архітектури та просторів міст. Вони дають можливість структурувати критерії для її оцінки. У науковій діяльності прийнято поділяти методи дослідження на загальнонаукові, що характерні для більшості наук, та спеціальні, актуальні лише для певної наукової галузі (в даному випадку – для архітектури).

Загальнонаукові методи поділено на три групи: теоретичні, теоретико-емпіричні та емпіричні (рис.1.5.1) (Тимофієнко, 2002). **Теоретичні** методи дослідження включають аксіоматичний, гіпотетичний та систематичний підходи.

Аксіоматичний підхід до дослідження медійності архітектури передбачає формулювання базових аксіом, які визначають основні принципи і закони, що керують медійністю архітектурних об'єктів. Аксіоми можуть бути визначені на основі теорій дисциплін, що вивчають взаємодію людини з середовищем. Наприклад, однією з аксіом може бути твердження, що форма та пропорції архітектурного об'єкта впливають на сприйняття його масштабів і простору. Іншою аксіомою може бути твердження, що використання певних кольорів в архітектурі може викликати певні емоційні реакції у спостерігачів.













ЗАГАЛЬНОНАУКОВІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІЙНОСТІ АРХІТЕКТУРИ ТА ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРІВ				
ТЕОРЕТИЧНІ	Аксиоматизація  формулювання аксіом, що визначають основні принципи і закони медійності архітектури	Гіпотетичний підхід  формулювання гіпотез про можливі взаємозв'язки між медійністю архітектури та її впливом на людей	Системний підхід  виявлення ієрархічних рівнів дослідження медійності архітектури та взаємозв'язків між ними	
	ТЕОРЕТИЧНО-ЕМПІРИЧНІ	Структурний аналіз  аналіз медійності архітектури на різних ієрархічних рівнях та порівняння їх між собою	Аналіз джерел та матеріалів  дослідження медійності архітектури за допомогою проектних документів, фотографій, відео та аудіо записів, літератури	Індукція та дедукція  перехід від локальних фактів до загальних і навпаки для формулювання висновків щодо медійності
		Інтерпретація  виявлення і розуміння знаків та змістів архітектурних об'єктів, їх ідейної наповненості	Узагальнення  підсумовування різних аспектів медійності об'єкта для висновків щодо задоволення об'єктом потреб користувачів	Аналогії  порівняння архітектури різних часів, стилів, культур або міст для покращення медійності майбутніх об'єктів
ЕМПІРИЧНІ		Спостереження  виявлення особливостей медійності архітектури та просторів через спостереження за конкретними об'єктами	Фотофіксація  дослідження медійності архітектури та просторів та її прогнозування на основі фотографій	Опитування  встановлення ергономіки архітектурних засобів медійності шляхом обмірів існуючих об'єктів

Рис.1.5.1. Класифікація загальнонаукових методів дослідження медійності архітектури та громадських просторів (рисунок автора)

Використання аксіоматичного підходу дозволяє проводити більш об'єктивні дослідження медійності архітектури та розробляти нові концепції проектування, які ґрунтуються на встановлених принципах і законах.

Гіпотетичний підхід - це метод, який ґрунтується на формулюванні гіпотез про можливі взаємозв'язки між медійністю архітектури та її впливом на людей. Дослідники формулюють гіпотези на основі своїх спостережень або на основі попередніх досліджень і теорій. Наприклад, гіпотеза може бути сформульована про те, що архітектура з високим ступенем відкритості сприяє збільшенню відчуття простору, світла та відкритості серед користувачів. Цю гіпотезу можна перевірити шляхом емпіричного дослідження, яке включає збір даних і їх аналіз.

Системний підхід передбачає розгляд архітектурних об'єктів як складових системи, в якій кожен елемент взаємодіє з іншими та має вплив на систему в цілому. Такий підхід дозволяє розглядати медійність як результат взаємодії різних аспектів архітектурного об'єкта, таких як його форма, матеріали, кольори, текстури, пропорції, взаємодія з оточуючим середовищем та інше. Системний підхід дозволяє не тільки досліджувати медійність окремих архітектурних об'єктів, а й розглядати їх в контексті систем міського середовища або регіону. Таким чином, системний підхід є потужним інструментом для вивчення медійності архітектурних систем та їх впливу на людей і середовище в цілому.

До **теоретико-емпіричних** відносять метод структурного аналізу, аналіз джерел та матеріалів, метод інтерпретації, індукції, дедукції, узагальнення та аналогії.

Метод **структурного аналізу** є ефективним інструментом для дослідження медійності архітектури, оскільки він дозволяє розглядати архітектуру як систему, складові якої взаємодіють між собою і зовнішнім середовищем. Застосування цього методу дозволяє зрозуміти, як окремі елементи архітектури впливають на сприйняття об'єкта в цілому. Метод структурного аналізу передбачає поділ системи на складові частини, які досліджуються окремо, з огляду на їх функції, взаємозв'язки та взаємодію з навколишнім середовищем. У контексті архітектури, це може означати аналіз окремих елементів будівлі (наприклад, фасаду, внутрішнього простору, елементів декору тощо) та їх взаємозв'язку з іншими елементами, а також з контекстом, у якому

вони знаходяться. Метод структурного аналізу також можна застосовувати для дослідження взаємодії архітектури з людьми, що включає аналіз взаємодії будівлі з її користувачами, сприйняттям інформації, яку вона передає, та взаємодією з місцевим середовищем. У результаті застосування методу структурного аналізу можна зрозуміти, які архітектурні засоби впливають на медійність об'єкта та як їх можна оптимізувати для досягнення бажаного ефекту сприйняття та взаємодії з користувачами.

Метод *аналізу джерел та матеріалів* є важливим етапом у дослідженні медійності архітектури. Цей метод полягає у вивченні та аналізі різноманітних джерел та матеріалів, які стосуються об'єкта архітектури, таких як проектні документи, фотографії, відео-записи, наукові дослідження тощо. За допомогою методу аналізу джерел та матеріалів можна з'ясувати, які медійні засоби та технології використовувалися в процесі проектування та будівництва об'єкта, яка була концепція його створення, як він взаємодіє з навколишнім середовищем та користувачами.

Індукція передбачає перехід від локальних фактів до загальних. Наприклад, вивчаючи медійність архітектури, ми можемо зробити висновки про негативний вплив рекламних вивісок і медіа-екранів на людей при дослідженні міського середовища Токіо чи Нью-Йорка. На відміну від індукції, *дедукція* полягає в тому, щоб робити висновки від загального до конкретного. Знаючи, що архітектори часів готики чи бароко вкладали певну сутність у свої проекти, можемо припустити, що архітектурі кожного історичного періоду було надано певну інформативну сутність.

Метод *інтерпретації* в медійності архітектури полягає у виявленні і розумінні смислів та значень архітектурних об'єктів, їх символіки та ідейної наповненості. Цей метод базується на припущенні, що будь-який архітектурний об'єкт несе у собі певне послання, яке може бути розкрито через аналіз його елементів і контексту. При використанні методу інтерпретації дослідник аналізує архітектурний об'єкт з різних точок зору, зокрема, історичного, культурного, соціального, політичного, релігійного та інших аспектів. Дослідник шукає в архітектурі спільні зв'язки з іншими культурними проявами, наприклад, літературою, мистецтвом, філософією. Метод

інтерпретації може допомогти розкрити та проаналізувати нематеріальні аспекти архітектурного об'єкту, такі як його символіка, смисли та ідеї. Це може бути корисним для розуміння впливу архітектури на суспільство, його культурні цінності та ідентичність.

Метод *узагальнення* є важливим інструментом дослідження медійності архітектури, оскільки дозволяє систематизувати та підсумувати отриману інформацію про об'єкт. Цей метод базується на зведенні багатьох елементів в єдину систему, в результаті чого можна отримати загальне уявлення про об'єкт. У медійності архітектури метод узагальнення може використовуватися для систематизації та підсумовування різних аспектів медійності об'єкта, таких як його вигляд, форма, функціональність, ергономіка та естетика. Це допоможе зробити висновки про те, наскільки ефективно об'єкт задовольняє потреби та очікування його користувачів.

Для застосування методу узагальнення в дослідженні медійності архітектури можна використовувати різноманітні методики, такі як SWOT-аналіз, матрицю взаємозв'язків, діаграму Парето та інші. Використання таких інструментів може допомогти узагальнити отриману інформацію та зробити висновки про можливості вдосконалення медійності об'єкта.

Метод *аналогії* - це метод порівняння явищ, що взаємодіють між собою, з метою зрозуміти особливості досліджуваного явища та виявити можливості його розвитку. В контексті дослідження медійності архітектури, метод аналогії дозволяє знайти схожість або відмінність між архітектурою різних часів, стилів, культур або міст. Наприклад, застосування методу аналогії може допомогти зрозуміти, як використання певних матеріалів або форм в архітектурі певної культури може впливати на сприйняття медійності об'єкту. Також можна порівняти ефективність різних архітектурних рішень для досягнення певних цілей медійності, таких як забезпечення комфорту користувачів або ефективного використання простору.

Для **емпіричного** дослідження медійності архітектури використано методи спостереження, фотофіксації та опитування. Це дозволяє отримати чітке уявлення про сутність архітектури та просторів міст, дослідити цю властивість в різних

частинах світу, порівняти сучасність із досвідом попередніх епох. Важливу роль для емпіричних методів відіграють новітні технології, що дозволяють вивчати архітектурні об'єкти в найменших деталях.

При дослідженні медійності архітектури та просторів міст, необхідно використовувати також **спеціальні** методи дослідження (рис.1.5.2). До них віднесено композиційний, історичний, феноменологічний, дискурс-аналіз та психоаналітичний.

Метод багатofакторного аналізу дозволяє дослідити взаємодію різних чинників, що впливають на медійність архітектури та просторів. Для застосування методу багатofакторного аналізу необхідно визначити чинники, які можуть впливати на медійність об'єкта архітектури, та зібрати дані про кожен з них. Це чинники, пов'язані з природою місцевості, історичними та культурними зв'язками, матеріалами та технологіями будівництва, функціональними потребами користувачів тощо. Після збору даних про чинники застосовується статистичний аналіз для визначення взаємозв'язку між ними та їх впливу на медійність об'єкта архітектури. Наприклад, можна провести аналіз кореляції, щоб визначити, які фактори мають найбільший вплив на медійність об'єкта, або провести аналіз дисперсії, щоб визначити, які фактори є статистично значущими для медійності об'єкта. Метод багатofакторного аналізу дозволяє отримати комплексну інформацію про медійність об'єкта архітектури та зробити обґрунтовані висновки щодо її покращення.

Феноменологічний метод (рис.1.5.3) визначає базові значення медійності архітектури, що дає змогу дослідити емоційні аспекти переживання спостерігачем цих значень (Seamon & Mugerauer, 1985). Феноменологія медійності архітектури допомагає вивести архітектуру на емоційний рівень, тим самим роблячи її ближчою до людей. Цей метод походить із філософії, основоположником якого є Едмунд Гуссерль (Husserl, 1983). Феноменологічне дослідження орієнтується не на об'єктивний факт, а на його унікальне суб'єктивне переживання конкретною людиною. Природа проблематики сучасної архітектури з точки зору феноменології є дуальною. У наш час архітектурі загрожують два протилежні процеси: радикальна комерціалізація та естетизація. З одного боку, матеріалістична культура перетворює будівлі на суто функціональні структури для утилітарних та економічних цілей.



Рис.1.5.2. Класифікація спеціальних методів дослідження медійності архітектури та громадських просторів (рисунок автора)

ФЕНОМЕНОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД

(дослідження орієнтується не на об'єктивний факт, а на його унікальне суб'єктивне переживання конкретною людиною)



Рис.1.5.3. Феноменологічний підхід до дослідження медійності архітектури та громадських просторів (рисунок автора)

З іншого боку, архітектура все більше перетворюється на естетизовану оболонку без жодного практичного значення. Замість того, щоб бути живою і втілювати екзистенційну метафору, сучасна архітектура виробляє суто привабливе зображення (Pallasmaa, 2011).

Завдяки феноменологічному методу сутність медійності архітектури набуває рис постмодерністських концепцій: прагнення відмінності, утвердження важливості контексту (Merleau-Ponty, 2011). Один і той же об'єкт буде сприйматися по-різному в різних середовищах. Це можна відзначити на прикладі різних частин міста, де будуються однакові об'єкти (наприклад, мережі супермаркетів).

У архітектурній філософії існує поняття «genius loci» (лат. «дух-покровитель») — особлива атмосфера, властива певному місцю, яка робить його унікальним. У свою чергу, медійність будівлі безпосередньо пов'язана з «духом місця», оскільки є частиною його сутності. Більшість сучасних міст мають райони історичної забудови, у які інтегруються нові об'єкти. Це потрібно робити так, щоб не знищити «дух місця». Норвезький теоретик в галузі архітектури К. Норберг-Шульц описує метод

феноменологічного аналізу у праці «Геній місця: феноменологія архітектури» (Norbert-Schulz, 2004). Його суть полягає в гармонійному поєднанні автентичної і сучасної символіки в середовищі міста задля збереження його цілісності. Актуальність пов'язана з тим, що сучасне суспільство втрачає зв'язок з тим, що нас оточує, адже новітня архітектура часто проектується без урахування реального характеру міста.

Важливою для феноменології також є бінарна опозиція «духу місця» - «дух часу» (*genius seculi*). Проектувати з «духом часу» означає спостерігати момент, бути швидким і динамічним, тоді як спостерігати «геній місця» є повільним і глибоким поглядом на постійне, перманентне знання (Fairs, 2004).

Виходячи з дуалізму місця та часу у феноменології, у медійності архітектури матеріальним виступають фізичні властивості об'єкта, в той час коли абстрактним є його ментальна сутність.

Феноменологія сильно вплинула як на теорію, так і на практику архітектури. Прихильники цього підходу відмовляються від милування красивою абстрактною формою чи раціоналізованою функцією, вони відсилають до безпосередніх почуттів, спогадів, емоцій, переживань, людського досвіду, пропонують від естетики звернутися до етики. Одночасно вони прагнуть знайти за зовнішнім розмаїттям форм їх стійкі, просторові інваріанти, протоформи, глибинні структури, апріорні схеми, типи, що є умовами даного сприйняття. Їхні споруди прагнуть бути вкоріненими в місці, викликати в спостерігачів емоційний відгук.

Дискурс-аналіз – це метод, що походить із лінгвістики та полягає у дослідженні тексту як матеріалізації людського досвіду (рис.1.5.4). З цієї точки зору можна аналізувати архітектуру для трактування значення її форм. Архітектурні об'єкти розглядаються в рамках певних культурно-соціальних традицій, при чому одна й та сама форма може мати різні інтерпретації в різних культурних контекстах.

Швейцарський лінгвіст Фердинанд де Соссюр подає визначення лінгвістичного знака як єдності «означаючого» (форма, якої набуває знак) та «означуваного» (поняття, яке він подає) (Saussure, 1971). Різницю між цими поняттями можемо ототожнити з дуалізмом форми і змісту в архітектурі, коли «означаюче» виступає

формою, а «означуване» – її змістовим наповненням. Таким чином дискурс-аналіз дає можливість аналізувати архітектуру та міські простори як текст.



Рис.1.5.4. Метод дискурс-аналізу в дослідженні медійності архітектури та громадських просторів (рисунок автора)

Завдяки дискурс-аналізу можемо стверджувати, що форма як зовнішня оболонка створює фізичну медійність. Змістове наповнення архітектурного об'єкта є його внутрішньою характеристикою, що формує ментальну медійність архітектури. Таким чином, дискурс-аналіз доводить, що медійність архітектури транслює певну інформацію, що викликає у людини певне уявлення та емоції за допомогою своїх фізичних параметрів.

Психоаналітичний метод передбачає дослідження природи архітектурної медійності, зосереджуючи увагу на відносинах між людиною та архітектурою з психологічної точки зору. Професор психології Грабовська С. Л. за допомогою цього методу пропонує модель впливу архітектури на психіку мешканців. Модель складається з когнітивної компоненти (ставлення до архітектури), афективної компоненти (емоцій), особистісно-мотиваційної компоненти (потреб людини),

поведінкової компоненти (сприяння певній діяльності) (Грабовська & Липецька, 2020). Наприклад, такий підхід важливий для дослідження впливу на людину реклами на будинках (Мак-Квейл, 2010). Психоаналітичний метод також може допомогти вивчити вплив архітектурних об'єктів на емоції людини та її підсвідомі фантазії. Наприклад, аналізуючи реакції людей на певний архітектурний об'єкт, можна дослідити, як він стимулює їхні емоції, такі як радість, страх, ностальгію, тощо. Ці дані можуть бути важливими для розробки архітектурних об'єктів, які позитивно впливають на психологічний стан людей.

Дослідження медійності архітектури та громадських просторів здійснюється в кілька етапів:

1) На початковому етапі здійснюється *аналіз літературних джерел та проектних матеріалів* для з'ясування стану дослідження інформативної сутності архітектури, що є основою першого розділу дисертаційної роботи. Отримані результати *узагальнюються, інтерпретуються*, до них застосовується *системний підхід та структурний аналіз*. На даному етапі уточнюються наукові терміни та формується відповідний категорійно-поняттійний апарат.

2) На другому етапі дослідження використовуються методи, що дозволяють сформулювати мету та завдання дослідження відповідно до сформульованої проблеми, обрати необхідні методи для її вирішення. Для цього доцільним є застосування *гіпотетичного підходу* на основі попередньо визначених *аксіом*.

3) Наступний етап включає виявлення теоретичних та історичних передумов формування медійності. Цей етап потребує заглиблення у *історичні джерела* для фіксації розвитку суспільства та його впливу на медійність архітектури. Дослідження історії архітектури має на меті розкрити внутрішній зміст архітектурних творів. Такий підхід спрямований на виявлення динаміки художнього мислення та архітектурних прийомів у різні історичні епохи. Перш за все, це необхідно для охорони пам'яток архітектури. Проблеми їх збереження та реставрації потребують детального заглиблення в історію самої споруди та її медійності. На жаль, сьогодні в Україні ми спостерігаємо відсутність детальної уваги до планів досліджень та

реставрації пам'яток, що призводить до руйнування цілісності історичного середовища міст (Драгомирецька et al., 2019).

4) На четвертому етапі доцільним є застосування методу *аналогій та порівнянь* для оцінки закордонного та вітчизняного досвіду. Медійність об'єктів визначається на основі *емпіричних* методів дослідження.

5) П'ятий етап передбачає *структурний аналіз* чинників впливу на формування медійності архітектури та просторів. На даному етапі застосовується метод *багатофакторного аналізу*, який дозволяє виявити вплив різних аспектів, таких як природно-ландшафтні, архітектурно-композиційні, соціально-культурні та інші чинники впливу на інформативну сутність архітектурного середовища. Дослідження чинників впливу на формування та розвиток медійності архітектури та просторів проводиться на основі методів *натурних обстежень, фотофіксацій, соціологічного опитування, експертних оцінок*. Взаємозв'язки між чинниками впливу та архітектурною медійністю можна узагальнити за допомогою *багатовимірної матриці зв'язків*.

6) Подальше дослідження передбачає виявлення закономірностей та особливостей медійності, а також формулювання принципів формування медійності архітектури громадських просторів. На цьому етапі застосовано метод *узагальнення*.

7) Наступний етап полягає у створенні медійної моделі та формулювання методик аналізу, оцінки та обґрунтування рішень медійності архітектури на основі *дискурс-аналізу, феноменологічного, психоаналітичного* методів та методу *моделювання*. Ці методи найкраще розкривають сутність медійності архітектури та міських просторів і допомагають здобути нові результати у її дослідженні. Вони дають можливість розглядати архітектурне середовище як мову та враховувати його сприйняття людиною для формування оптимального функціонально-планувального та композиційного рішення.

8) На фінальному етапі дослідження здійснюється *узагальнення* результатів роботи, формулюються рекомендації щодо формування та розвитку медійності архітектури громадських просторів. Для візуалізації результатів дослідження та обґрунтування висновків використовуються методи *графічного моделювання*.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

1) Визначено етимологію поняття медійності архітектури громадських просторів та сформовано категорійно-поняттійний апарат для її дослідження. Поняття медійності визначено як інформативну сутність архітектури та просторів, що характеризується їх здатністю бути носіями інформації та елементами комунікації з людиною, що впливає на її соціально-культурне середовище. Встановлено зв'язок медійності архітектури з такими галузями, як теорія архітектури семіотика, феноменологія, соціологія, психологія, лінгвістика, сфера медіа-технологій, та розглянуто існуючі дослідження даної тематики в цих галузях. Аналіз наявної літератури демонструє зосередження на вивченні візуальної перцепції архітектури та просторів міст, натомість недостатньо розглянуто питання впливу архітектурного середовища на поведінку людини у ньому. Також відсутній системний інструментарій для дослідження медійності будівель і просторів міст.

2) Встановлено теоретичну структуру медійності архітектури та просторів, що передбачає її поділ на фізичну та ментальну. До фізичної відносяться ті її прояви, які мають фізичні характеристики у середовищі та які людина може сприймати за допомогою органів чуття. Таким чином, фізична медійність може бути візуальною, звуковою, нюховою і тактильною. З'ясовано, що найбільше значення має візуальна медійність, адже з її допомогою найкраще формується поняття про фізичні характеристики об'єкта, тому доцільною є класифікація візуальної медійності на геометричну, числову, образну, текстову та колірну. Ментальна медійність безпосередньо залежить від людини як суб'єкта сприйняття і поділяється на ідентифікаційну, інтенціональну та емоційну.

З'ясовано, що в основі теорії медійності архітектури та громадських просторів лежить семіотичне розуміння знаку як структурної одиниці інформації. Розглянуто прототипи архітектурного знаку та його моделі для розуміння сприйняття повідомлень, закладених в архітектурні форми та простори. Варто зазначити, що фахівці можуть аналізувати медійність архітектури на основі власних знань. Натомість мешканці міст орієнтуються лише на свій смак та інтуїцію у сприйнятті архітектурних форм. Часто вони використовують асоціативні порівняння. Оскільки

мешканці міст є безпосередніми «користувачами» архітектурного простору, а отже творцями його змісту, то їх роль має важливе значення при інтерпретації середовища.

3) Феномен генезису архітектури та її еволюції є важливим при дослідженні її медійності. Визначено особливості засобів формування медійності впродовж різних етапів історичного розвитку на ієрархічних рівнях міста, громадського простору та архітектурного об'єкта. Інтерпретація засобів медійності залежить від соціального статусу споживача, його культурних та духовних цінностей, історичного періоду життя. Тож тенденціями до змін медійності архітектури та просторів можна назвати контекст часу, динаміку потреб та функцій, світосприйняття та людські цінності. Аналіз історичних передумов також дав можливість виявити засоби-константи для формування медійності архітектури громадських просторів міст. На містобудівному рівні - це структура мереж вулиць і площ, функціональне зонування міста; на рівні громадського простору - транзитні шляхи, місця для комунікації біля громадських об'єктів; на рівні архітектурного об'єкта - форми, композиція та оздоблення. Результати дослідження дозволяють стверджувати, що символи та інформація в архітектурі були завжди присутніми на протязі усієї історії розвитку людства, особливо в тих об'єктах і просторах, які зараз визнані історичною культурною спадщиною.

4) Розглянуто вітчизняний та закордонний досвід формування медійності архітектури та просторів міст на ієрархічних рівнях міського простору, архітектурного об'єкта та елемента оздоблення. В умовах сучасного проектування висувуються нові вимоги до інформаційної сутності та функцій архітектури в суспільному житті. На основі оцінки досвіду проектування виявлено три тенденції у формуванні медійності архітектури та просторів: 1) уніфікація та раціоналізація; 2) естетизація без функціоналізації; 3) закладення змісту та відображення цінностей. Встановлено, що медійність сучасної архітектури викликає багато суперечностей та потребує якісного концептуального підходу до створення нових об'єктів та розвитку просторів міст.

5) Проаналізовано існуючі загальнонаукові та спеціальні методи, які можуть використовуватись при дослідженні медійності архітектури та просторів. Їх

систематизація та класифікація дають змогу оптимізувати оцінку просторів міст, архітектурних об'єктів та їх елементів. Особливу увагу в роботі приділено спеціальним методам (багатофакторному аналізу, дискурс-аналізу, феноменологічному та психоаналітичному методам). На етапах з'ясування історичних передумов та дослідження чинників впливу на формування медійності архітектури та просторів було застосовано метод багатофакторного аналізу. Дискурс-аналіз використано для формування теоретичного підґрунтя медійності. Дослідження соціально-культурних аспектів медійності, а також оцінка результатів соціологічного опитування, було здійснено за допомогою феноменологічного та психоаналітичного методів. Спеціальні методи також було застосовано для виявлення принципів медійності, створення медійної моделі та формулювання методик аналізу, оцінки та обґрунтування рішень медійності архітектури.

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ЧИННИКІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК МЕДІЙНОСТІ АРХІТЕКТУРИ ТА ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРІВ.

2.1. Структура та класифікація чинників впливу на архітектурну медійність.

Архітектура постійно продовжує розвиватись, так само еволюціонує її інформативна сутність. Специфіка формування медійності архітектури та міських просторів залежить від ряду формотворчих чинників: ландшафтно-просторових, природно-кліматичних, архітектурно-естетичних, соціально-культурних, історико-політичних, будівельно-технологічних, екологічних, науково-теоретичних (рис.2.1.1).

На рівні міста *ландшафтно-просторові* чинники задають початкові умови для створення медійності архітектурного простору. Вони виражаються в унікальності ландшафтно-просторової структури, особливостях рельєфу, акваторії, флори та фауни. Завдяки ландшафтному дослідженню простори міста вивчаються як урбанізовані ділянки природного ландшафту (Максим'юк, Дідик & Тупісь, 2008). Ландшафтно-просторова оцінка середовища дає можливість визначити основні особливості місцевості та використати їх для створення медійності. Таким чином, сама природа стає носієм інформативної сутності середовища. Медійність ландшафту робить акцент на його компонентах (рельєфі, водоймищах, озелененні тощо) та їх цінності для людини. Кожна з цих складових характеризується в свою чергу фактурою, кольором та матеріалом, що формує природньо-естетичний потенціал середовища. Ці елементи природного ландшафту характеризують його архітектурно-композиційний потенціал, видові перспективи та панорами для сприйняття людиною досліджуваних територій (Коптева, 2017). До цієї групи чинників також варто віднести містобудівні умови, коли мова йде про антропогенний ландшафт міста. Вони визначають розміщення проєктованих об'єктів в структурі населеного пункту.

Природно-кліматичні чинники також є важливими для створення медійності міських просторів. Врахування характеристик клімату - температурно-вологісного режиму, кількості опадів, вітрового режиму, показників інсоляції, стану атмосфери -

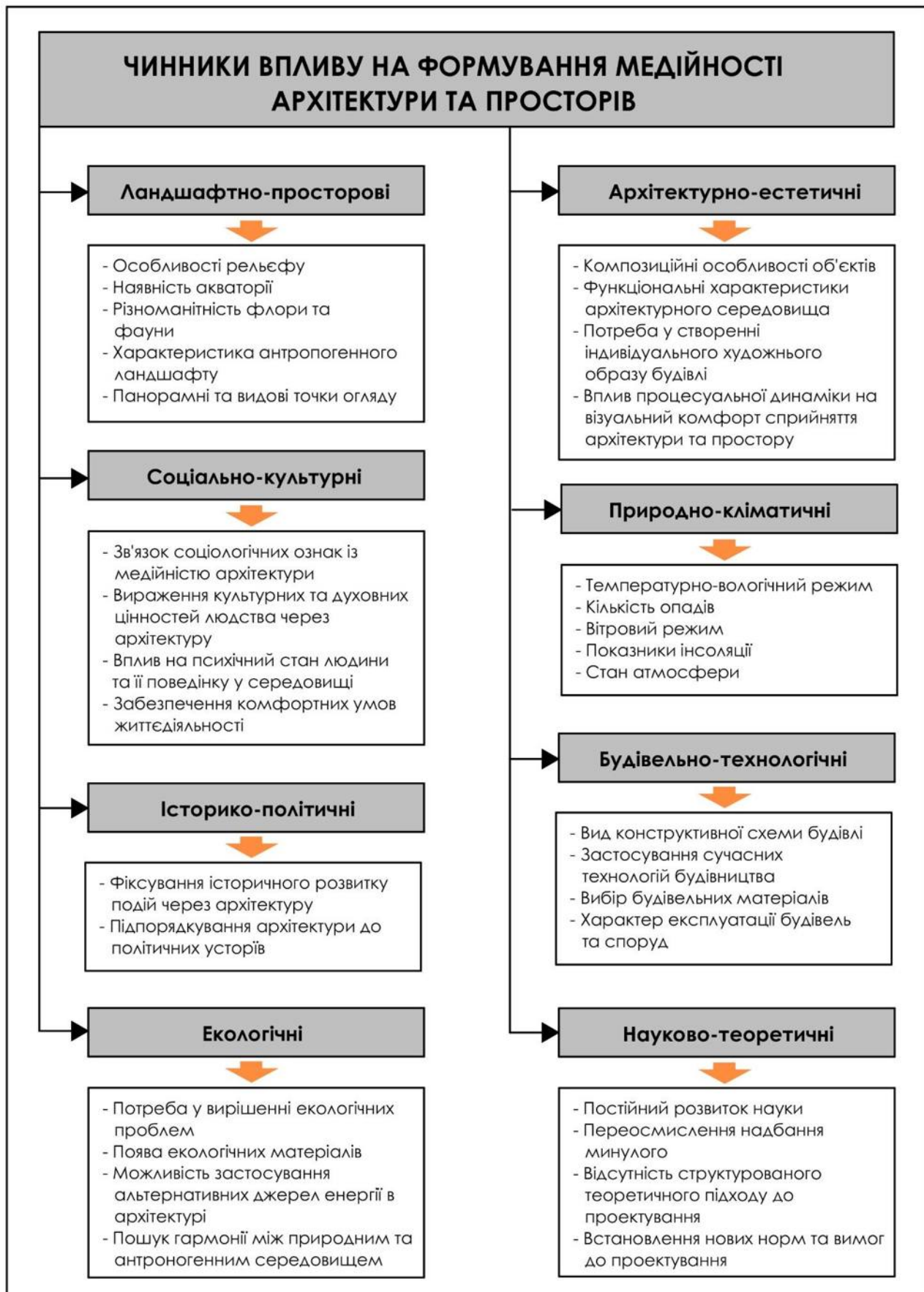


Рис.2.1.1. Класифікація чинників, що впливають на медійність архітектури та просторів (рисунок автора)

необхідно для забезпечення належного функціонування архітектурного середовища та активізації його медійності. Клімат здатен як підсилювати, так і послаблювати медійність середовища, впливаючи на її візуальні чи звукові характеристики. Він надає ландшафту певну атмосферу, яка пізніше асоціюватиметься з даною місцевістю. Наприклад, медійність Лондона пов'язана із похмурою та дощовою погодою, в той час як Дубай асоціюється з дуже спекотним місцем. Також динаміка медійності території залежить від зміни пір року.

Образ середовища безпосередньо передає сутність його медійності. Тому *архітектурно-естетичні* чинники забезпечують відповідне враження від об'єкта чи міського простору. Інформативність архітектури забезпечується фізичними розмірами, формою та її композиційними особливостями (пропорціями, пластикою поверхонь, кольором, світлом, фактурою тощо). Функціонально-планувальна структура формує медійність об'єкта за допомогою різних комбінацій типологічних характеристик. Підкреслюючи візуальні особливості конструкції, виявляючи її пропорції та композиційні особливості можна досягти певного естетичного впливу та забезпечити інформативність архітектурного середовища із врахуванням процесів, що відбуваються у ньому. Низка архітектурно-естетичних факторів допоможе створити унікальний художній образ, який буде максимально комфортним для візуального сприйняття, що є основним засобом вираження фізичної медійності архітектури та просторів.

Соціальні-культурні є важливими чинниками впливу, що визначають загальну концепцію медійності архітектурного об'єкта чи простору, адже вони напряду пов'язані із людським сприйняттям. Визначення медійності архітектури пов'язане з такими галузями знань як соціологія, психологія та філософія. Архітектурне середовище є цілісною системою, що поєднує внутрішні та зовнішні простори різної форми і структури, і забезпечує життєдіяльність як конкретної особистості, так і групи людей. За допомогою медійності архітектури забезпечується потреба у знанні, почуття безпеки, відчуття причетності, самореалізації, людина відчуває певні емоції. Архітектурне середовище здійснює безпосередній вплив на соціальні взаємодії, а також стимулює та реалізує певну поведінку людей (Грабовська & Липецька, 2020).

Особливості ментальності мешканців певного регіону обумовлюють соціально-культурні цінності, які визначатимуть медійність простору міста або окремих архітектурних об'єктів. Таким чином завданням архітектора є не тільки розроблення архітектурного проекту, а й повне осмислення його впливу на людей.

Історико-політичні чинники впливають на інформаційну складову медійності архітектури. У ході історії змінюються потреби людини, відповідно можна відслідкувати це у динаміці медійності будівель. У сучасному середовищі міста зустрічаємо об'єкти з різних часових періодів. Їхня медійність дає змогу зрозуміти інформацію, культурні цінності, що були актуальними у певну історичну епоху. Типи споруд та просторів теж залежали від політичних умов, притаманних тому чи іншому історичному періоду.

Методика зведення будівель та відповідно спосіб наповнення їх інформацією обумовлюється *будівельно-технологічними* чинниками. Прогрес у будівництві, матеріали, технологічні можливості забезпечують створення медійності архітектури та міських просторів. Конструктивні елементи будівлі є одним із засобів надання архітектурі інформативної сутності; сучасні технології допомагають по-новому транслювати інформацію в середовище. Від прийнятих конструктивно-технологічних рішень залежить комфорт та довговічність експлуатації архітектурного середовища.

Порушення природної рівноваги довкілля набуло актуальності на протязі останніх десятиліть. У сьогоденні *екологічні* чинники теж мають вплив на формування медійності архітектури та просторів міст, адже екологія стала однією із головних тем, яку транслюють сучасні архітектурні об'єкти. Почали з'являтися архітектурні напрями, головна ідея яких полягає у прагненні до стійкого балансу між природними та штучними елементами середовища. Так звана «зелена архітектура» інтегрує архітектуру в природні ландшафти, створюючи гармонію між природою та архітектурою (Катола, 2014). Особлива увага приділяється якості матеріалів у будівництві, які своєю сутністю вказують на підтримку чи шкоду для екології. Тож можемо назвати «екологізацію» сучасною тенденцією для формування медійності архітектури (Цигичко, 2012).

Відсутність структурованого, комплексного теоретичного підходу до проектування сучасних будівель є причиною суперечності та деструктивності багатьох архітектурно-містобудівних рішень. Тому *науково-теоретичні* чинники мають відношення до створення медійності міських просторів та архітектурних об'єктів. Розвиток теоретичної бази дозволяє аналізувати помилки минулого та створювати нові концепції для проектування якісної медійності архітектури. Спроби здолаття кризи у теорії архітектури пропонувалось багатьма науковцями, однак загальноновизнаних висновків ще не було зроблено. Для подальшого розв'язку як теоретичних, так і практичних проблем містобудування та архітектури необхідно встановлення нової системи, «що буде сприяти гармонізації сучасного світогляду, філософському узгодженню засад природи і релігії, мистецтва і науки, креаційного та еволюційного світосприйняття» (Тімохін, 2008). Архітектурна діяльність має набути осмисленого характеру, ґрунтуватись на розумінні її інтеграції в процеси життєдіяльності людей (Товбич & Дюжев, 2009).

Класифікація та структуризація чинників інформативності в архітектурі дозволяє краще зрозуміти апарат формування медійності архітектури та міських просторів. Для кращого розуміння їх дії дослідження чинників створення медійності проведено на прикладі міста Львова та розглянуто у наступних розділах.

2.2. Вплив ландшафтно-просторових чинників на формування медійності міських просторів.

У сучасній географії під поняттям «ландшафт» розуміють не лише природне явище чи результат взаємної дії природи та людини, а й трактують його як складний соціально-просторовий феномен. У 2000 році на Раді Європи у Флоренції було прийнято Європейську ландшафтну конвенцію (European Landscape Convention, 2000), згідно якої «ландшафт означає територію та її сприйняття людиною, характером якого є результат взаємодії природних та/або людських факторів». Сьогодні природний ландшафт розуміється як символ краси та чистоти, що є джерелом людського життя. Це пояснює прагнення до екологічності в міському архітектурному середовищі. Для того, щоб створити гармонійне архітектурне

середовище, в якому можна почуватись легко та спокійно, медійність повинна народжуватись з діалогу архітектури з природою (Day, 2014). Таким чином для ландшафту є важливою його візуальна складова та його сприйняття людиною. Тому говорячи про медійність простору, розглядаємо ландшафт як систему пейзажів, що дають певне уявлення про місцевість (Тимофієнко, 2002).

З погляду медійності ландшафт несе певне значення і таким чином комунікує з людиною. Людина пізнає середовище через систему знаків. Семантичні архетипи, що закладено у підсвідомість людини, проявляються при емоційному враженні, отриманому від перебуванні у середовищі. Медійність ландшафту безпосередньо стосується його здатності впливати на свідомість людини. Сучасне сприйняття світу трактує природний ландшафт як символ незайманої краси та чистоти, джерела людського життя. Звідси і походить прагнення до екологічності в архітектурі.

Наприкінці 1970-х років дослідник П. Льюїс (Lewis, 1979) наводить аспекти візуального аналізу ландшафту, назвавши їх «аксіомами читання ландшафту», які мають сенс при аналізі та оцінці медійності ландшафтів:

1) *Аксіома ландшафту як відображення змін в культурі.* Зміни ландшафту можна пов'язати зі змінами в культурі і навпаки.

2) *Аксіома культурної ідентичності.* Елементи антропогенного ландшафту у певний спосіб є відображенням культури.

3) *Аксіома буденності ландшафту.* Ландшафти варто розглядати з погляду жителів міст за допомогою їх інтерпретацій у літературі та ЗМІ.

4) *Аксіома історичності.* Для розуміння значення теперішніх ландшафтів важливою є їх історія, адже у них відображуються цінності минулих поколінь.

5) *Аксіома простору.* Просторовий контекст є невід'ємним елементом культурного ландшафту, тому його варто враховувати при дослідженні медійності.

6) *Аксіома контролю довкілля.* Ландшафтів тісно пов'язані з навколишнім природним середовищем. Для розуміння значення ландшафту необхідні знання про довкілля.

7) *Аксіома незрозумілості ландшафту*. Багато ландшафтних об'єктів передають різні повідомлення, значення яких часто буває незрозумілим, тому їх інформативна сутність залишається не виявленою.

Враховуючи ці аспекти аналізу ландшафту, переходимо до аналізу медійності ландшафту. Для наглядного розуміння медійності елементів ландшафту запропоновано за об'єкт дослідження взяти місто Львів.

При створенні медійності просторів міста важливими складовими аналізу ландшафтно-просторової структури природного каркасу є інформативна сутність візуального простору та його особливостей, сформованих природними та антропогенними чинниками (рис.2.2.1).



Рис.2.2.1. Класифікація ландшафтно-просторових чинників, що впливають на медійність архітектури та просторів (рисунок автора)

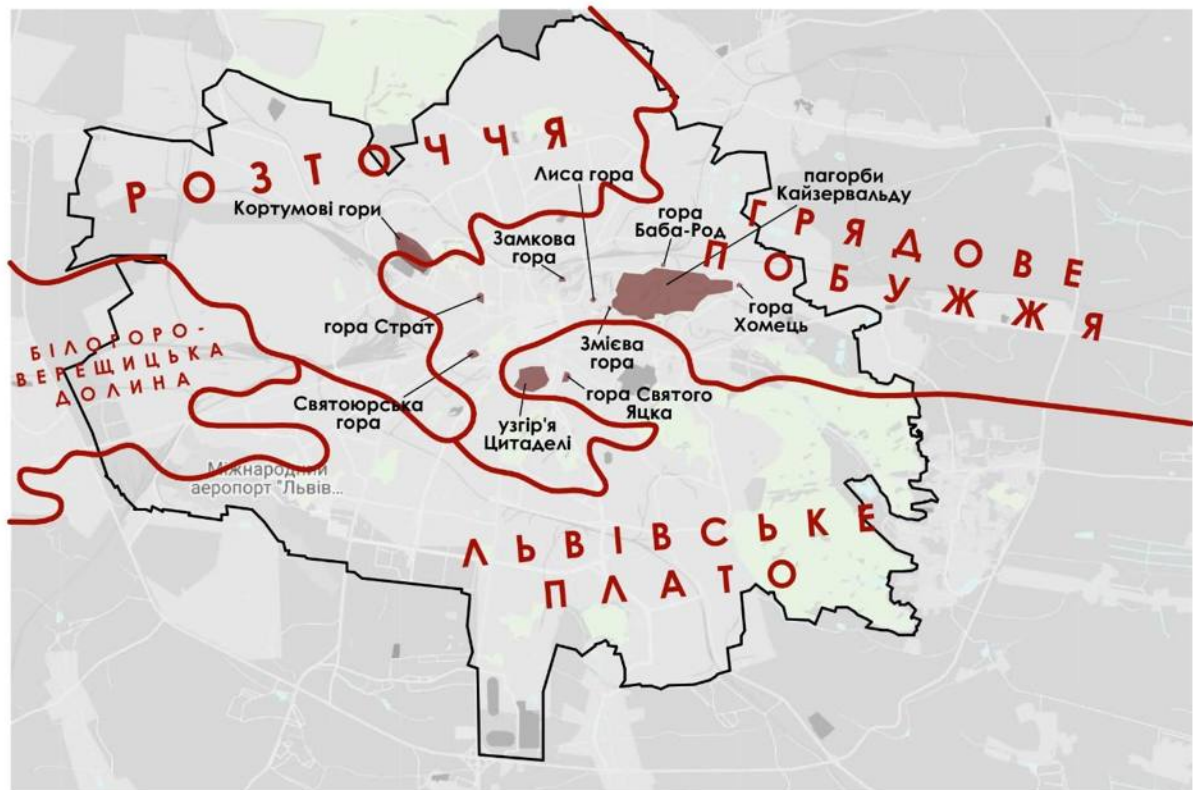
Дида І. А. (2006), з'ясовуючи роль природи в архітектурі міст України, зауважила, що ландшафт завжди був одним із визначальних чинників при створенні архітектури. Тому, на думку авторки, важливим є створення «синкретичної композиції», головним елементом якої є природа, а створені людиною об'єкти доповнюють її. Відповідно, якщо ландшафт першочергово визначає архітектурне рішення, створює певні образи та говорить з людиною, то він і є первинним чинником

формування медійності архітектури. Відповідно місто Львів можемо розглядати як систему природних ландшафтів та антропогенних комплексів. Перші є первинними, а другі - вторинними (Круглов, 1992).

Природні чинники, такі як *рельєф*, виконують важливу роль при сприйнятті ландшафту. Характеристики рельєфу (його форма, експозиція та крутизна схилів) мають значний вплив на медійність простору. Крім того, важливим фактором є підсвідоме бажання людей підкорювати вершини та спостерігати панорами з висоти, що також впливає на медійність рельєфу. Львів має унікальне географічне положення, оскільки знаходиться на території чотирьох геоморфологічних систем: Львівського плато, Білогоро-Верещицької долини, Розточчя та Грядового Побужжя (Максим'юк, Дідик & Тупісь, 2008). Це призводить до створення унікальної медійності міста за рахунок ландшафтних особливостей цих пагорбів, між якими знаходиться центр міста. Серед найбільш відомих пагорбів Львова (рис.2.2.2) можна виділити: Замкову, Лису, Святоюрську гори, Гицлеву (Страт), Кортумову гори, пагорби Кайзервальду, Цитадель та гору Святого Яцка. Особливу роль у системі пагорбів Львова відіграє Замкова гора, яка є ключовим елементом міського ландшафту та яка стала символом міста завдяки своїй історичній значимості.

Фізичні особливості рельєфу впливають на сприйняття людиною оточуючого середовища (Саймондс, 1965). Наприклад, рівнинні ділянки (такі як гора Святого Яцка) можуть створювати відчуття спокою, а інколи - нудьги, тоді як круті обривисті схили (наприклад, Лиса гора) асоціюються з небезпекою або страхом. Крутизна схилів, характер рельєфу та його експозиція грали важливу роль у формуванні медійності пагорбів Львова протягом всієї його історії. Наприклад, на Замковій горі та узгір'ї Цитаделі можна побачити круті і неприступні схили, які через це використовувались як місця для оборонних стратегічних об'єктів. Святоюрська гора мала вигідне положення для експозиції рельєфу, що забезпечувало її видимість як сакрального місця для місцевих мешканців. Кортумова гора та пагорби Кайзервальду були рівнинними, замкненими та закритими ділянками, що стало причиною їх використання як місць для розташування резиденцій, де власникам було можливо сховатись від міського шуму.

**ОСНОВНІ ПАГОРБИ ЛЬВОВА НА ТЕРИТОРІЇ МІСТА В МЕЖАХ
ГЕОМОРФОЛОГІЧНИХ ЗОН**



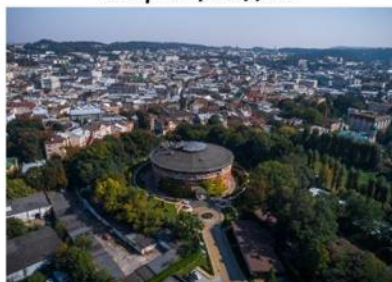
РЕЛЬЄФ ОБОРОННИХ СПОРУД



Замкова гора



Узгір'я Цитаделі



РЕЛЬЄФ ЗАСЕЛЕНИХ ПАГОРБІВ



Пагорби Кайзервальду



Кортумова гора



РЕЛЬЄФ ПАГОРБІВ КУЛЬТУРНОГО ЗНАЧЕННЯ



Святоюрська гора



Рис.2.2.2. Особливості рельєфу пагорбів Львова та їх значення у формуванні медійності міста (ризунок автора)

Формування медійності міських просторів значною мірою визначається *гідромережею*, що включає річки, потоки, стави та озера. Ці елементи визначають загальну планувальну структуру міста та формують його унікальний образ. Території навколо водоймищ перетворюються на основні громадські простори, які приваблюють людей завдяки спокою та умиротворенню, які створює вода.

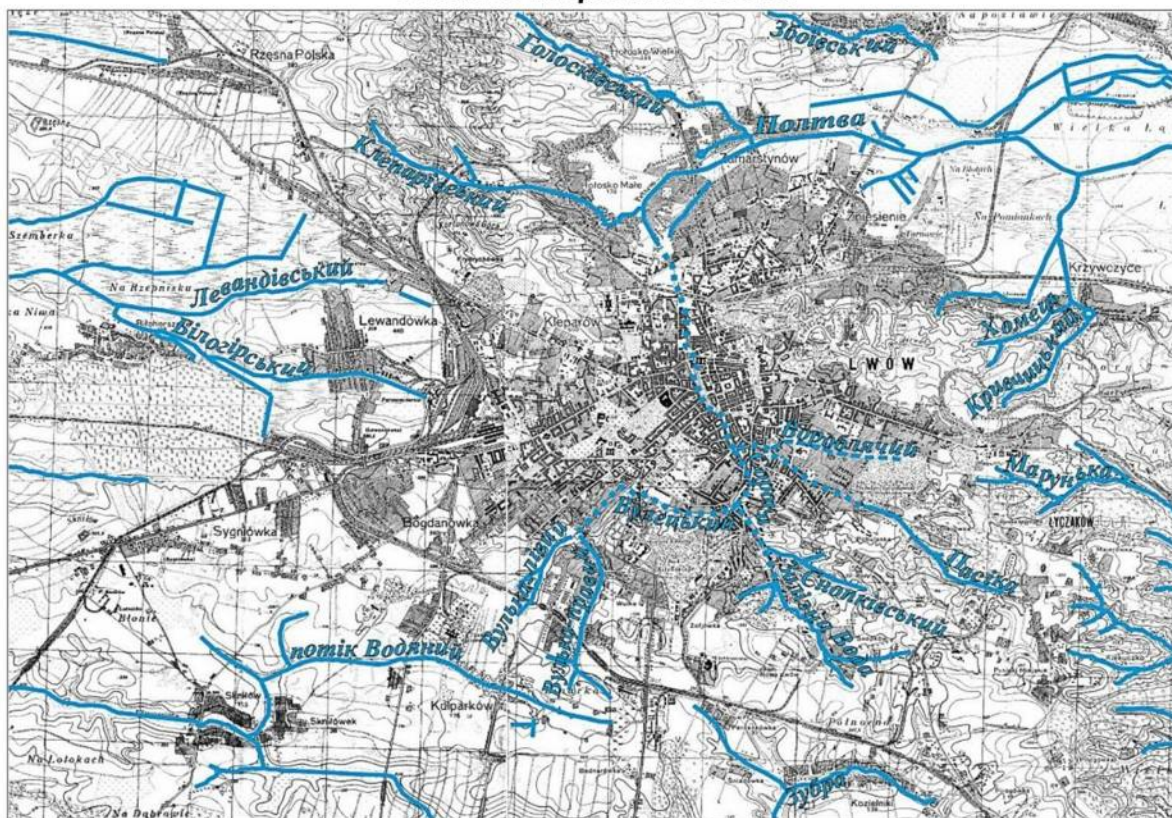
У Львові більшість водних потоків на сьогодні каналізовано. Головною водною артерією міста є річка Полтва. Хоча вона колись протікала відкрито через центр міста, через забруднення зараз її русло поховане у підземному колекторі (рис.2.2.3). У свою чергу Полтва має кілька потоків, найбільші з яких Пасіка, Залізна Вода, Клепарівський та Вулецький потік. До гідромережі Львова також належать стави та озера, але їх кількість зменшується через розбудову міста. Найбільше значення для медійності Львова мають Піскові озера, озеро в Стрийському парку, стави Погулянки, озера в «Горіховому гаю», озеро Стосика та Левандівське озеро. На сьогодні в межах Львова немає чітко вираженої гідромережі, тому вплив цього чинника на медійність просторів міста є фрагментарним.

Озеленення вносить різноманітність до міського середовища та наповнює його життям. Місто, яке має багато зелених зон, завжди створює затишок та спокій, в той час як відсутність зелених створює монотонність, навіть якщо архітектура міста цікава. Тому, при створенні міських просторів, однією з основних потреб мешканців є насичення просторів зеленню, оскільки парки та ліси допомагають знизити стрес, що є притаманним для життя в місті (Ellard, 2015). Озеленення може виражатись у вигляді зелених масивів, що формують основу рекреаційних зон, чагарників, що вказують на доглянутість або занедбаність території, та елементів ландшафтного дизайну, що вказують на урбанізованість простору (рис.2.2.4).

Медійність зелених зон міста є динамічною, так як вона пов'язана зі змінами пір року (Лясковський, 2002). Змінюється кольорова гама, насиченість, рослини з'являються або зникають, змінюючи відповідно настрій середовища та сприйняття його.

Львівські паркові зони сформувалися через освоєння території та було зумовлені характеристиками рельєфу та гідромережі.

Річкова мережа Львова



МЕДІЙНІСТЬ ПОЛТВИ ТА ЇЇ ПОТОКІВ

Полтва до кінця XVIII ст.



Річка наповнює оборонні рови для захисту міста

Полтва в XIX ст.



Чиста річка, тут купаються і ловлять рибу

Полтва з 1887 р.



Через значні забруднення річку ховають під землю

Сучасна Полтва



Річка протікає в підземному колекторі

Сучасний вигляд найбільших потоків Львова



Вулецький бія
вул.Музики



Залізна вода бія
вул.Стуса



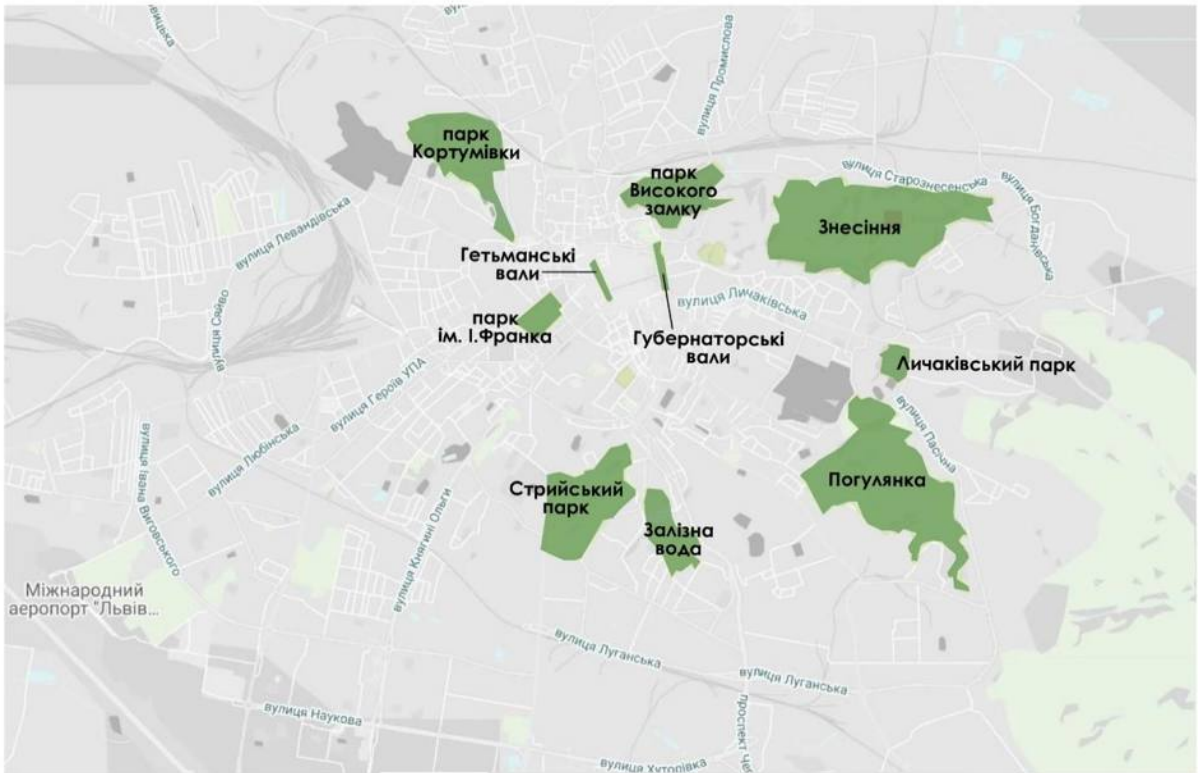
Пасіка бія
вул.Пасічної



Клепарівський бія
вул.Винниці

Рис.2.2.3. Річкова мережа Львова та деградація її медійності (рисунок автора)

РОЗМІЩЕННЯ ОСНОВНИХ ПАРКОВИХ ЗОН НА ТЕРИТОРІЇ ЛЬВОВА, ЯКІ ФОРМУЮТЬ "ЗЕЛЕНИЙ ПОЯС" МІСТА



ЛІСОПАРКИ



Знесіння



Погулянка

ЗАНЕДБАНІ ПАРКИ



Залізна вода



Кортумівка

ОБЛАГОРОДЖЕНІ ПАРКИ



Стрийський парк



Парк ім. І.Франка



Рис. 2.2.4. Вплив характеристик парків на медійність парків Львова (рисунок автора)

Вони утворюють «пояс» із системи парків міста, такі як Погулянка, Личаківський парк, Знесіння, Високий замок, Кортумівка, парк ім. І. Франка, Стрийський парк та Залізна вода. Парки Знесіння та Погулянка мають найбільші площі лісових масивів, їх медійність транслює прямий зв'язок із природою. Насичення парків недоглянутими чагарниками є ознакою занедбаності території, що знижує її привабливість. Парки Кортумівки та Залізна вода мають особливо високе насичення чагарниками, що пояснює їх непопулярність серед мешканців. Чагарники створюють фізичні та візуальні бар'єри та знижують атрактивність простору. Однак, застосування елементів ландшафтного дизайну, наближеність до міської інфраструктури та насичення атрактивними елементами може підвищити привабливість парків та додати в них життя. Прикладами успішного облагородження є Стрийський парк та парк ім. І. Франка, які користуються найбільшою популярністю серед мешканців міста.

Антропогенні ландшафти, що є вираженням культурних цінностей людства, можуть включати в себе як природні, так і створені людиною компоненти, які є взаємопов'язаними. Антропогенні ландшафти транслюють певні культурні цінності. До прикладу, при дослідженні ландшафту передмість у США Д. Мейніг виявив як культура американського суспільства виражається через охайно вистрижені газони біля однородинних будинків (Meinig, 1979).

Антропогенні ландшафти включають *планувальну структуру міста*, яка визначає транспортні та пішохідні зв'язки. Вулично-дорожня мережа міста становить основу міського життя і сприяє соціальним контактам (Gehl, 2013), а отже, створює медійність самого міста. У Львові планувальна схема вуличної мережі має радіально-кільцеву форму (Посацький, 2010), що символізує нескінченний рух та цілісність простору та часу з точки зору семіотики. Ця схема забезпечує зв'язок між периферійними районами, але може приводити до перевантаження транспортом центральної частини міста. Дороги, пішохідні шляхи, велодоріжки, залізничні та трамвайні колії є елементами вулично-дорожньої мережі, які формують медійність міського середовища Львова. Трамвай наділений особливим змістом, оскільки є одним із символів міста.

Функціональна структура міського середовища включає різні типи зон, такі як житлові, громадські та промислові, чий характер визначає їх сприйняття людьми. Медійність цих просторів залежить від їх функцій, асоціацій та загальної атмосфери. У Львові найбільшу частину простору займає житлова забудова, яка часто асоціюється зі спокоєм, відпочинком та приватністю. Її можна розділити на історичну (наприклад забудова вулиці Вірменської), сучасну (житловий комплекс «Семицвіт» на вул. Шевченка) та комбіновану (збудова вул. Під Дубом). Таким чином, медійність простору відображає часові аспекти розвитку міста.

Громадські простори сприяють збудженню, активності та стимулюванню комунікації, що стає все більш важливим у сучасному Львові, який переходить від пострадянського планування простору до європейської парадигми розвитку. Вулиці розпочинають виконувати не лише транзитну функцію, а й стають безбар'єрними громадськими просторами, що відображають сучасні тенденції у дизайні вуличних меблів, освітленні та озелененні. Прикладами успішних реконструкцій є вулиця Руданського та площа Двірцева.

Промислові території в структурі міста виконують важливу функціональну роль, але часто створюють негативне враження у мешканців через асоціації з монотонністю, замкнутістю та небезпекою. Багато львівських промислових зон є занедбаними та потребують ревіталізації. Прикладом успішного використання промислової території для нових цілей є адміністративний комплекс, який розташований поруч з колишнім автобусним заводом на вулиці Стрийській. Крім того, деякі занедбані будівлі заводів розпочинають нове життя, використовуючись для культурно-мистецьких цілей, наприклад завод РЕМА та фабрика повидла.

Антропогенні ландшафти впливають на медійність залежно від **силуету міської забудови**, що сьогодні включає не лише озеленені пагорби, але й високі будівлі, храмові шпилі та дахи історичних будинків (рис.2.2.5). Людина несвідомо тягнеться до місць з чудовими краєвидами, які зазвичай так приваблюють туристів. Тому дослідження силуету міста включає візуальні осі, панорами та видові точки. Візуальне враження від міста впливає на його ідентифікацію, що формує медійність довкілля.

МЕДІЙНІСТЬ СИЛУЕТУ ЛЬВОВА

Панорами Львова з Високого замку

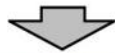


Вигляд на південь

Вигляд на північ

Вигляд на схід

Панорами Львова з Лисої гори



Вигляд на центр

Вигляд на північ

Панорама Львова з Цитаделі



Вигляд на Замкову гору

Панорами Львова з ратуші



Вигляд на захід

Вигляд на південь

Вигляд на північ

Вигляд на схід

Панорами з храму Ольги і Єлизавети



Вигляд на схід

Вигляд на захід

Панорами з ТЦ "Вернісаж"



Вигляд на захід

Вигляд на північ

Рис.2.2.5. Медійність силуету міста Львова (рисунок автора)

Головні візуальні осі Львова проходять видовими вулицями, що спрямовані на доміанти у місті (Кознарська & Дідик, 2021). Ці вулиці є композиційно цілісними, через що найкраще зберігаються у пам'яті. До них належать вулиці Городоцька, Гнатюка, Франка, Личаківська; проспекти Свободи, Шевченка, Чорновола. Вони відіграють важливу роль для формування медійності міста.

Туристичні оглядові майданчики є найпопулярнішими видовими точками Львова (Кознарська, 2012). Гора Високий замок є найвищою з них і забезпечує можливість оглянути різні частини міста, від історичного центру до околиць. Також неподалік знаходиться Лиса гора, яка є ще однією точкою для огляду.

Для огляду центру міста згори, можна відвідати вежу львівської ратуші або експлуатовані дахи будівель на площі Ринок, де влаштовані кафе та ресторани, які дають можливість милуватись краєвидами історичного міста за чашкою кави. Крім того, силует Львова можна вивчати з вежі неоготичного храму св. Ольги та Єлизавети і фортеці Цитадель. Ці видові точки відкривають найбільш відомі панорами міста, які визначають його медійність. У силуеті Львова можна чітко побачити відмінності між історичною та сучасною архітектурою, визначити доміанти. Найбільш помітні з них - Латинський кафедральний собор, вежа Корнякта, вежа ратуші, купол Домініканського собору, вежа музею скульптури Пінзеля, вежа церкви Покрови, Високий замок з телевізійною вежею, шпиль храму святих Ольги та Єлизавети, Архікатедральний собор Святого Юра.

Умови динамічної урбанізації впливають на силует міста, що зазнає постійних змін. Це може призвести до руйнування медійності його історичних панорам, які є символами Львова. Тому важливо зберігати історичний силует міста.

Для визначення основних особливостей інформативної сутності міста проведено оцінку взаємозв'язків ландшафтно-просторових чинників середовища із його медійністю. З цією метою було побудовано багатовимірну матрицю зв'язків (рис.2.2.6) за зразком Габреля М. М. (2004).

На основі здійсненої оцінки взаємозв'язків підтверджено, що рельєф Львова має вплив на фізичну медійність міста через його візуальне сприйняття. Ментальна медійність ландшафту полягає у його сприйнятті, розумінні та інтерпретації.

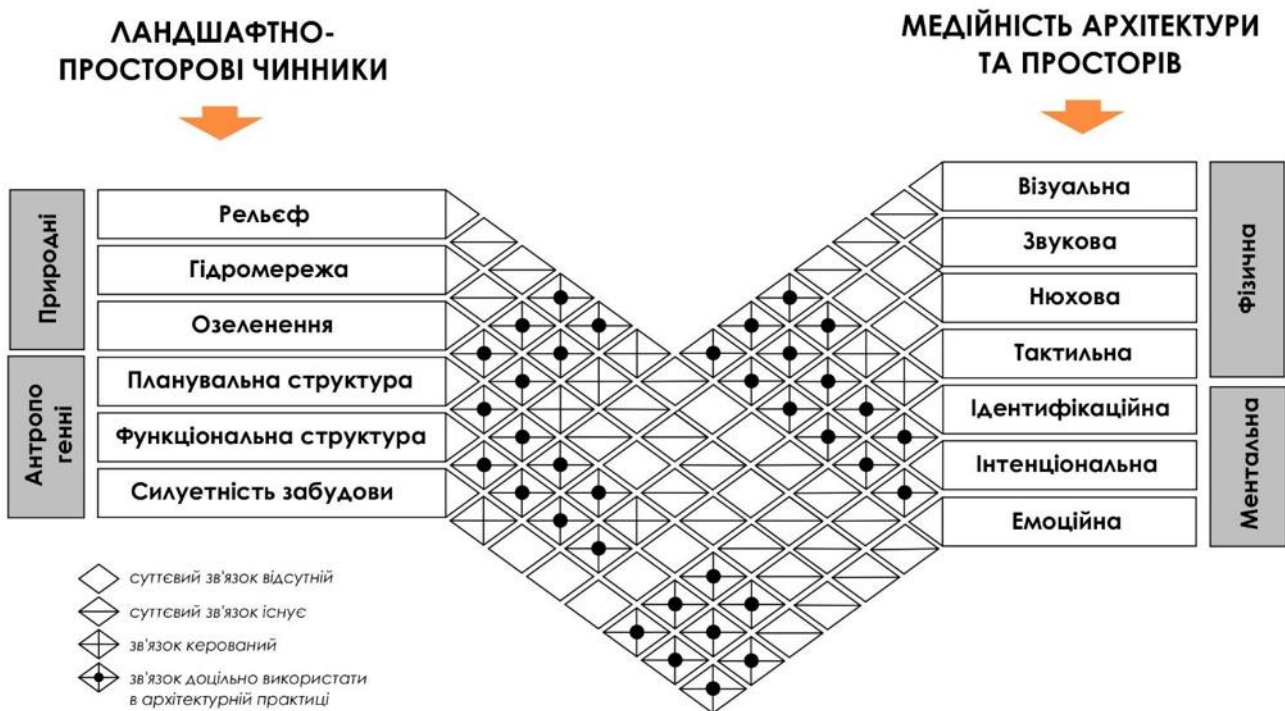


Рис. 2.2.6. Багатовимірна матриця зв'язків ландшафтно-просторових чинників з медійністю просторів Львова (рисунок автора)

Найбільш символічною для міста є Замкова гора з оглядовим майданчиком на вершині. Озеленення також впливає на фізичну медійність Львова, зокрема її візуальну та звукову компоненти. Ментальна медійність парків Львова обумовлена їх облагородженістю, а також близькістю до інфраструктури міста, тож найбільше значення для медійності Львова мають парк Франка, Високий замок та Стрийський. Гідромережа Львова практично не має впливу на медійність міста через каналізованість річки Полтви та її потоків, а стави та озера є елементами медійності парків, тому самих по собі їх не вважають ідентифікаторами міста. Вплив природних елементів на медійність міста підсилюється завдяки антропогенним ландшафтам. На фізичну та ментальну медійність Львова великий вплив мають планувальна та функціональна структура міста. Зв'язок між територіями різного призначення забезпечується транспортно-пішохідною мережею, завдяки чому формується цілісний образ міста. Силует забудови має важливе феноменологічне значення, оскільки він є основним ідентифікатором Львова у масштабі міського простору.

Загалом, медійність міста Львова є результатом взаємодії природних та антропогенних чинників, що визначає його унікальність та впізнаваність.

2.3. Архітектурно-естетичні чинники створення та розвитку медійності архітектурних об'єктів та просторів.

Львів має неповторну історію та архітектуру. Ландшафт формує первинну медійність міста, однак архітектурно-естетична складова надає виразності архітектурному середовищу міста.

Медійність Львова формувалась впродовж восьми століть, завдяки поєднанню культурних традицій різних епох з місцевим ландшафтом за допомогою різноманітних форм, текстур, масштабів та кольорів для забезпечення функціональності простору. Таким чином, медійність міста відображає його значну культурну цінність і дає можливість подивитись на минуле та зрозуміти його. Тож архітектурно-естетичні чинники середовища відіграють важливу роль у медійності сформованого історичного середовища, якому притаманний певний характер та яке містить у своїй сутності «дух місця». В таких просторах нові елементи повинні гармонійно поєднуватися з існуючим середовищем.

До архітектурно-естетичних чинників належать композиційні, функціональні та процесуальні (рис.2.3.1). Аналізуючи ці групи факторів, можна з'ясувати їх значення для медійності архітектури та громадських просторів Львова.



Рис.2.3.1. Архітектурно-естетичні чинники впливу медійність архітектури та громадських просторів (рисунок автора)

Один з ключових **композиційних** чинників, який впливає на медійність архітектури та міського простору Львова - це **форма**. Форма об'єкта відіграє важливу роль в організації просторів, матеріальних структурах та фізичних властивостях, що є необхідними для забезпечення функціональності об'єктів. Однак у контексті архітектури форма має більш широке значення, оскільки вона транслює певний зміст і символічно виражає інформацію про пов'язані з нею процеси. Форма архітектурного об'єкта сприймається як знак (Лінда, 2012а), який має фізичний образ і інтерпретується у свідомості людини, викликаючи певне уявлення. Тому при створенні медійності архітектури важливим є розшифрування знаків, які закладено у форму об'єкта.

Пропорційність є невід'ємною складовою архітектурної композиції і полягає в системі відношень між частинами та деталями будівлі, що формує композиційну єдність. Це поняття важливе не тільки для архітектурних об'єктів, але й для архітектурного простору, оскільки співвідношення між його елементами створює композицію середовища (Gehl, 2013). Історично з'явилися різні системи пропорційності, такі як золотий перетин, єгипетський трикутник, триангуляція, квадратування, модульна система, що сформували еталони краси та вимоги до проектування та будівництва (Сьомка, 2018). Для створення медійності архітектури та громадських просторів важливо дотримуватись гармонії у пропорціях, що не порушує загальних уявлень про красу, відповідає оточенню та транслює певну ідею.

Одним із композиційних чинників, які впливають на медійність архітектури, є наявність або відсутність **декору**. Архітектурний декор найчастіше зустрічається на фасадах історичних будівель у вигляді витончених елементів, що оформлюють вікна, двері, колони, балкони тощо. Елементи дизайну міського середовища також можуть служити архітектурним декором. Сучасна архітектура, як правило, характеризується відсутністю декору, що є свідченням її простоти та уніфікованості.

В сучасному архітектурному просторі Львова можна помітити спадщину різних стилістичних періодів, яку можна ідентифікувати саме за її архітектурно-художнім образом (рис.2.3.2).

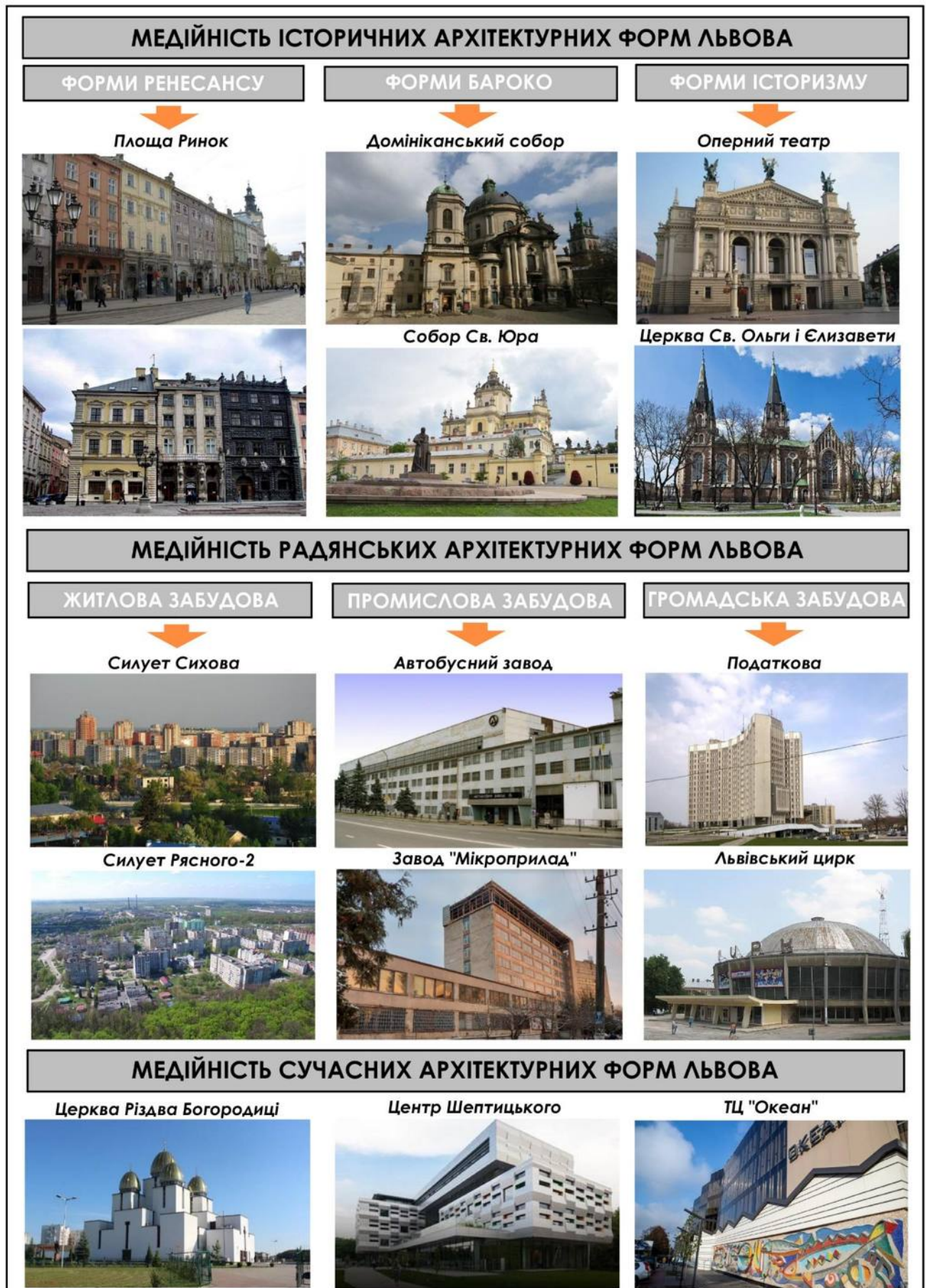


Рис.2.3.2. Медійність архітектурних форм Львова (рисунок автора)

У медійності міста виділяються ренесансні форми кам'яниць на площі Ринок, які відображають статус їх перших власників та цінності того часу, коли прославляли людину та Бога як її творця. Ансамблю площі Ринок властиві симетричність будівель, впорядкованість пілястр та віконних прорізів. При декоруванні фасадів часто застосовували аттики, складні карнизи, скульптурні групи. На ринковій площі можна також помітити чіткі класицистичні лінії Ратуші, які є символами влади і порядку (Лінда, 2012b).

Барокові форми Львова найбільше пов'язані із сакральними об'єктами, найбільш відомими є собор Святого Юра та Домініканський собор. Їхні фасади вирізняються криволінійністю, химерністю, складними просторовими композиціями, асиметрією, динамікою, грою кольорів та світла. Серед характерних елементів можна виділити спарені колони та пілястри, овальні вікна, розірвані фронтони. Для оздоблення застосовується живопис та скульптура. Біля барокових святинь досі відчувається захоплення людей, які намагаються ретельно розглянути кожную деталь та зберегти їх красу та розкіш на фотографіях, оскільки головною метою архітектури бароко є враження та зацікавлення глядача.

Оперний театр у стилі історизму є ще одним знаковим об'єктом Львова. Головний фасад будівлі має складний портик із коринфською колонадою та аркадою іонічного ордера, що є посиленням до античного театру. Над фасадом розташовані скульптури Слави, Музики і Трагедії, які символізують театральне мистецтво. Нижче розміщено скульптурну композицію, що відображає життєві страждання та радості, а також фігури алегорій та муз. Всі ці медійні елементи перетворюють зовнішній вигляд будівлі на символічні куліси на сцені.

Прикладом архітектури історизму Львова є такий визначний об'єкт, як неоготичний храм святих Ольги та Єлизавети, що створює відчуття мізерності людини перед Богом, що й було властивим для готики.

Фасад церкви прикрашений мереживним декором та вітражами, а декоративна розета на ньому символізує Божу Матір та світло, яке провадить душі до Бога. Храм було зведено за наказом цісаря Франца-Йосипа I як символом його вічної любові до покійної дружини Єлизавети.

У часи радянської окупації образ Львова зазнав значних змін. Внаслідок швидкого росту населення було зведено багатоповерхові житлові будинки для заводських робітників. Нові райони, такі як Сихів, Рясне-1, Рясне-2 і т.д., не мають жодної естетичної цінності через їх монотонність та уніфікованість. Міський ансамбль доповнюється промисловими будівлями, такими як автобусний завод, «Полярон», «Мікоприлад», «Електрон» тощо. Найвідомішими об'єктами громадської архітектури цього періоду є готель «Львів», будівля податкової служби, Львівський цирк. Їх прості форми сильно контрастують з декорованими історичними об'єктами та викликають дисгармонію у композиційній структурі міста.

У сучасному Львові можна побачити багато нових житлових комплексів та торгових центрів, які відрізняються лаконічним дизайном, геометричними формами з використанням новітніх матеріалів та технологій будівництва. Проте успішних прикладів сучасної архітектури не так багато через дисонанс з існуючою забудовою та уніфікованість, що часто не сприймається мешканцями.

Церква Різдва Пресвятої Богородиці на Сихові, зведена за проектом Радослава Жука, є хорошим прикладом сучасної архітектури, яка успішно вписується в контекст модерністичного житлового масиву та має глибокий сакральний зміст. Прямокутні об'єми з п'ятьма позолоченими куполами, інтерпретують візантійські традиції за допомогою сучасних архітектурних форм. Об'ємно-просторове вирішення храму є посиленням до традиційних українських храмів. Кількість куполів є уособленням Ісуса Христа та чотирьох євангелістів (Борис, 2014).

Ще одним цікавим прикладом сучасної архітектури є Центр Шептицького, який став провідним простором Українського католицького університету. Архітектурний образ будівлі, створений німецьким архітектором Стефаном Бенішем, асоціюється з сучасною європейською архітектурою. Геометрія фасаду відображає філософію «кампусу для навчання», а оздоблення кольоровими візерунками натякає на українську вишивку.

Прикладом дослідження медійності декоративної мозаїки у Львові може слугувати новий магазин «Океан» на вулиці Володимира Великого. Попередній декор фасаду - мозаїка «Море і риби», створена В. Патиком - став символом модерну кінця

XX століття у Львові. Під час реконструкції будівлі мозаїку було знищено, однак місцеві мешканці відстояли її відновлення. Зараз новий магазин відображає увагу до історичної мистецької спадщини через історичну мозаїку, проте сучасні форми все одно стали «чужорідними» для цього середовища та не здобули підтримки місцевих мешканців.

Група **функціональних** чинників, передусім включає **функціональне наповнення** об'єкта або простору. Кожен об'єкт завжди створюється з урахуванням його призначення, тому архітектурна медійність містить інформацію про функції, які він виконує.

Луї Салліван колись висловився, що «форма слідує функції», проте реалізація функції можлива лише завдяки цілісності гармонійно організованої форми. Отже, форма і функція є нероздільними та рівноправними елементами архітектурного середовища. Також, форма живе значно довше за функцію, оскільки будівлі можуть змінювати своє первинне призначення, а їх форма залишається незмінною. Це є свідченням функціональної **згущкості** архітектури і просторів. Архітектурні форми здатні набувати нових змістовних рішень, що відповідають цінностям і потребам часу. Крім того, важливою складовою формування медійності архітектури є її **ергономічність** - відповідність основним параметрам людського тіла (Шкляр, 2019). Архітектура завжди має створюватися з метою задоволення потреб людини, тому її форма повинна пристосовуватись до людини.

В сучасному Львові з'являються нові вимоги до архітектури, яка повинна їх задовольняти. Наприклад, це можуть бути торгово-розважальні центри (рис.2.3.3а), такі як «Forum Lviv», «King Kross Leopoldis», «Victoria Gardens», «Spartak». Простори цих об'єктів наповнені рекламними вивісками, вітринами магазинів та інших закладів, що дозволяє людям чітко зрозуміти, що їм пропонують.

Ще однією новою потребою у Львові стали офісні центри та коворкінги (рис.2.3.3б). Як приклади можна згадати «Futura Hub» на вулиці Кульпарківській, бізнес-центр «Оптіма Плаза» на вулиці Науковій, «LvivTechCity» на вулиці Стрийській, офіс «SoftServe» на вулиці Садовій. У цих будівлях медійність

передається за допомогою лаконічних скляних фасадів, що передають концентрацію на роботі.



Рис. 2.3.3. Вплив функціональних чинників на медійність просторів Львова (рисунок автора)

Адаптивність архітектурного простору Львова проявляється в тому, що місто зберігає актуальність готельно-ресторанної сфери, багато закладів відкриваються в історичних будівлях, колишніх заводах тощо. Це свідчить про функціональну гнучкість архітектурного простору. Окремі простори заслуговують на увагу, оскільки їх концепція полягає в збереженні «духу місця» та шанобливого ставлення до історичного минулого за допомогою сучасних інтерпретацій. Прикладом є креативний простір «Kivsh» (рис.2.3.3в), що відкритий на території колишнього заводу автотранспорту у Львові (вул. Шевченка, 120). Промислова територія була перетворена у простір для роботи, навчання, відпочинку, занять спортом. Образ комплексу має індустріальний характер завдяки необробленим цегляним фасадам з чорними металевими балками, які є відсилкою до минулого даного місця. В той час функціональне наповнення простору задовольняє потреби сучасного життя, що свідчить про його актуальність.

Перші дві групи факторів є постійними для медійності архітектури, що робить їх статичними. Але є також динамічні чинники, які мають вплив на медійність архітектури в процесі її розвитку, назвемо їх **процесуальними** (рис.2.3.4).

Початковою характеристикою цієї групи є **зміни в природі**. Один з найбільш очевидних прикладів - зміна дня і ночі. Протягом дня місто виглядає безпечнішим і жвавішим; архітектура акцентує увагу на своїх кольорах та текстурах. У нічний час ритм міста сповільнюється, атмосфера стає більш інтимною, але водночас небезпечною. У цей час найбільш помітними стають архітектурні силуети та штучне освітлення.

Зміна пори року є ще однією групою факторів, які впливають на медійність простору (Лясковський, 2002). Залежно від пори року, колірна гама та освітлення змінюються, рослини з'являються чи зникають. У зимовий період переважають безбарвні кольори, голі дерева викликають відчуття туги. Простір виглядає широким та незахищеним. Весною з'являється зелень, цвітуть квіти, кольори насичують середовище, що створює відчуття надії та полегшення. Літом природа наповнена максимальним освітленням та барвами, що сприймається як символ радості. Восени сонце стає менш яскравим, кольори тьмяніють, листя опадає, що викликає меланхолію.

Погодні умови також впливають на сприйняття міського середовища: в сонячні дні простір виглядає енергійним та приваблює до прогулянок, натомість в дощові дні він стає похмурих та спонукає знайти теплу схованку.

На медійність архітектури та громадських просторів значно впливають соціальні зміни, зокрема ті, що пов'язані з політичним та культурним життям міста. Наприклад, мітинги, акції протесту та публічні виступи можуть змінювати сприйняття простору, надавати йому нового значення. Також культурні події, такі як концерти, фестивалі та ярмарки, можуть приносити різноманітність в простір міста, сприяти формуванню колориту міського життя.

Прикладом таких явищ є війна в Україні, яка значно вплинула на медійність архітектури та просторів.



Рис.2.3.4. Вплив процесуальних чинників на медійність просторів міста Львова (рисунок автора)

У воєнний період архітектура стала засобом комунікації та виявлення громадянської позиції, міські простори наповнились патріотичними символами. Звуки сирен та вибухів стали невід'ємними елементами міської медійності, а головна увага зосередилась на захисті населення. У зв'язку з цим Львів зазнав змін в своєму вигляді: культурні пам'ятки сховано через загрозу бомбардування, вулиці заблоковано, а на виїздах з міста були встановлені блокпости. У міському середовищі відчутно напругу та небезпеку, багато будівель перестали виконувати свої функції та перетворились на укриття чи прихистки для біженців.

Інфраструктурні зміни в місті пов'язані з його розвитком та адаптацією до нових потреб, що передбачає застосування новітніх технологій. У результаті зростає рівень урбанізації, що призводить до трансформації міста та його медійності. Побачити інфраструктурні зміни можна на прикладі вулиці С. Бандери, що була реконструйована за європейським зразком у 2021 році. Ширина проїзної частини зменшена до двох смуг для руху транспорту, додано дві велосмуги, нові паркувальні місця та газони. Також було влаштовано хідники із пониженням рівня біля пішохідних переходів і тактильною плиткою, що свідчить про адаптацію вулиці до потреб маломобільних груп населення та незрячих людей. Однак, не всі мешканці міста погоджуються з цими змінами. У кінці вулиці знаходиться площа Кропивницького, яку було перетворено на пішохідну зону, однак багато водіїв ігнорують нові правила. Тому для прийняття змін львів'янам може знадобитись деякий час.

На прикладі спортивно-торгово-розважального центру «Spartak» на вулиці Гетьмана Мазепи можна побачити позитивний вплив інфраструктурних змін на медійність міського простору. Концепція цього центру полягає у відродженні спортивної інфраструктури, реконструкції спортивної бази та створенні нового простору для відпочинку та спорту. Ця будівля перетворилась на громадський центр даного району; до неї з'явилися нові транспортні маршрути, що сприяють розвитку прилеглих територій. Зараз цей район активно забудовується житловими та офісними об'єктами, що в привертає увагу та сприяє насиченню простору новими значеннями.

Вивчення зв'язку між архітектурно-естетичними чинниками та медійністю сприяє встановленню особливостей інформаційної сутності образу архітектури чи громадського простору (рис.2.3.5).

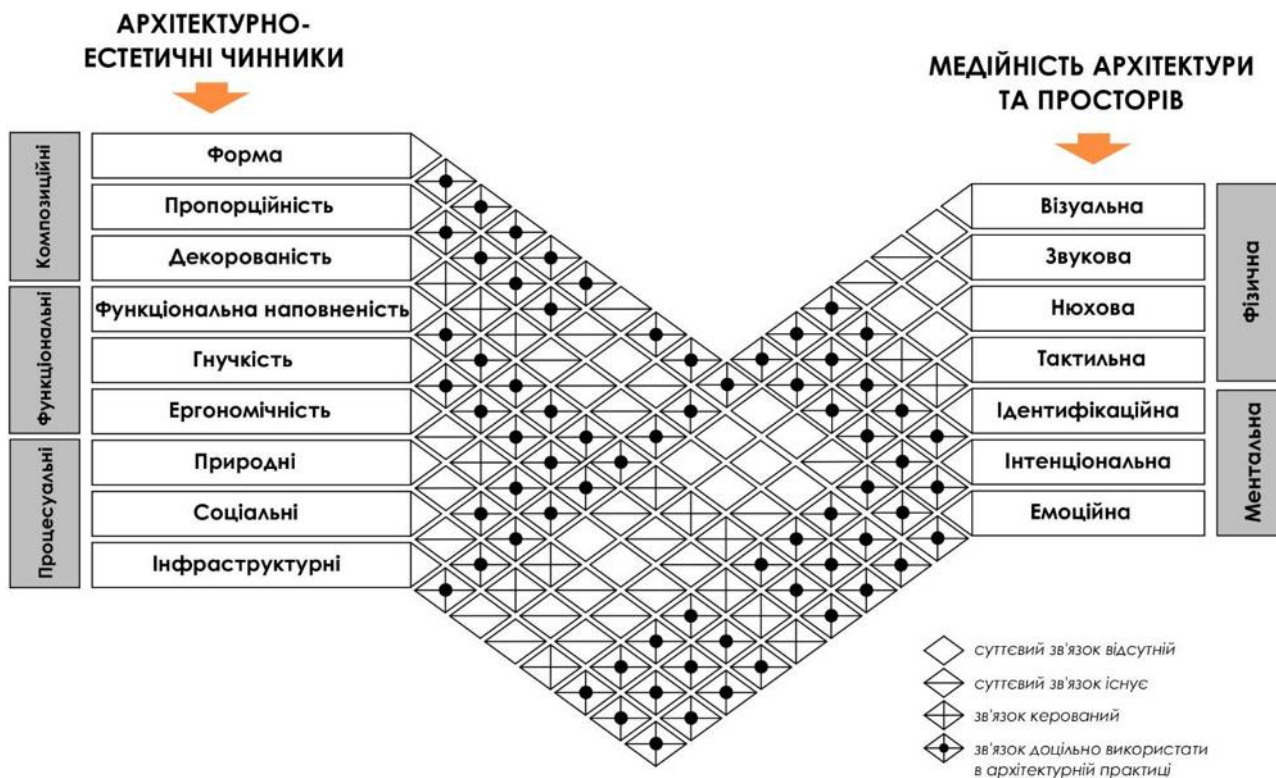


Рис. 2.3.5. Багатовимірна матриця зв'язків архітектурно-естетичних чинників з медійністю просторів Львова (рисунок автора)

На підставі аналізу взаємозв'язків бачимо, що архітектурно-естетичні чинники мають найбільший вплив на візуальну та ментальну медійність міста, а зв'язки зі звуковою, нюховою та тактильною складовою медійності слабкі.

Композиційні чинники відіграють ключове значення для сприйняття архітектурного простору. Історичні та сучасні форми створюють художній образ сучасного Львова. Важливим є наголос на збереженні композиційної цілісності міського середовища, адже далеко не всі новобудови слідуєть цьому принципу.

Головна мета професійної діяльності архітектора полягає у створенні об'єктів, які не тільки перетворюють матерію в інформаційно насичені об'єкти, але й забезпечують їх функціональність, гнучкість та ергономіку, що є важливими чинниками формування медійності архітектури. Важливим аспектом є адаптація

архітектурного середовища Львова до потреб сучасного населення міста та його відвідувачів. Крім того, процесуальні чинники, такі як зміни в природі, соціальні процеси та розвиток інфраструктури, мають значний вплив на сприйняття та розуміння людиною навколишнього простору Львова. Такі зміни можуть впливати на зовнішній вигляд та функціональність архітектурного середовища, тож варто враховувати їх при формуванні медійності нових просторів міста.

При оцінці архітектурно-естетичних характеристик інформативної сутності архітектури також необхідно враховувати їх сприйняття суспільством. Тому дослідження медійності неможливе без залучення думки соціуму, що вимагає проведення соціологічного опитування.

Мета соціологічного дослідження полягає в оцінці того, як люди сприймають медійність архітектури та міських просторів Львова.

Для досягнення мети було сформульовано ряд **завдань**, які вирішує проведення соціологічного опитування:

- Встановити, які об'єкти Львова наділені найбільшою медійністю. Для цього респондентам пропонується вибрати три об'єкти з 24 найпопулярніших у місті;

- Оцінити людське сприйняття медійності архітектури з різних епох на різних ієрархічних рівнях. Респондентам було запропоновано оцінити медійність різночасових львівських громадських просторів, архітектури та об'єктів монументального мистецтва за десятибальною шкалою. Також їх просили вказати, які типи інформації (історична, політична, релігійна, меморіальна, національна, комерційна, естетична, функціональна, географічна) вони сприймають від того чи іншого об'єкта.

- Визначити відношення громадян до можливих змін в медійності, порівнявши різні варіанти міського середовища.

- Дослідити, як люди бачать медійність архітектури Львова у майбутньому за допомогою відкритих питань.

Об'єкт дослідження: мешканці та відвідувачі міста Львова.

Час проведення дослідження: грудень 2022 р.

Предмет дослідження: відношення мешканців та відвідувачів Львова до медійності архітектурного середовища міста.

Гіпотези дослідження:

- **Гіпотеза-підстава:** медійність архітектури Львова різних історичних періодів по-різному сприймається мешканцями та відвідувачами міста.

- **Гіпотези-наслідки:** оцінка медійності архітектурного середовища Львова людьми впливатиме на частоту відвідуваності певних місць, самопочуття людей у міському просторі, семіотичне значення архітектури міста для людей.

Метод дослідження: Для даного дослідження було обрано метод онлайн-опитування. Згідно з поставленими завданнями було складено анкету (Додаток Г) і поширено серед респондентів.

Розрахунок вибірки: Генеральну сукупність визначаємо як безкінечну, оскільки точна кількість мешканців та відвідувачів міста Львова є невідомою. При цьому нема необхідності ділити вибірку на частини, оскільки з позиції дослідження склад генеральної сукупності є досить однорідним.

Відповідно за розрахунковою формулою (Вербець, 2006):

$$n = 1 / \Delta^2$$

де, n – обсяг вибіркової сукупності, Δ – частка заданої похибки вибірки (згідно стандартів приймаємо $\Delta = 0,05$), отримуємо $n = 400$.

Таким чином, для забезпечення рівня репрезентативності 5%, треба опитати кількість респондентів (n) 400, використовуючи наведену в Додатку Г опитувальну анкету.

Результати опитування: В опитуванні взяло участь 49,2% чоловіків та 50,8% жінок (рис.2.3.6). Найбільшу кількість відповідей дали респонденти у віці 18-30 років (приблизно 69%), що можна пояснити тим, що ця група вікових категорій є найбільш активними користувачами Інтернету. Приблизно 25% опитуваних належали до вікової категорії від 30 до 60 років, близько 5% - до категорії понад 60 років, тоді як 1,6% ще не досягли віку 18 років. Щодо рівня освіти, то 88% респондентів мають вищу освіту, 8% - незакінчену вищу освіту, а 2% - середню освіту. Ці дані дозволяють зробити висновок, що ми маємо справу зі свідомими громадянами.

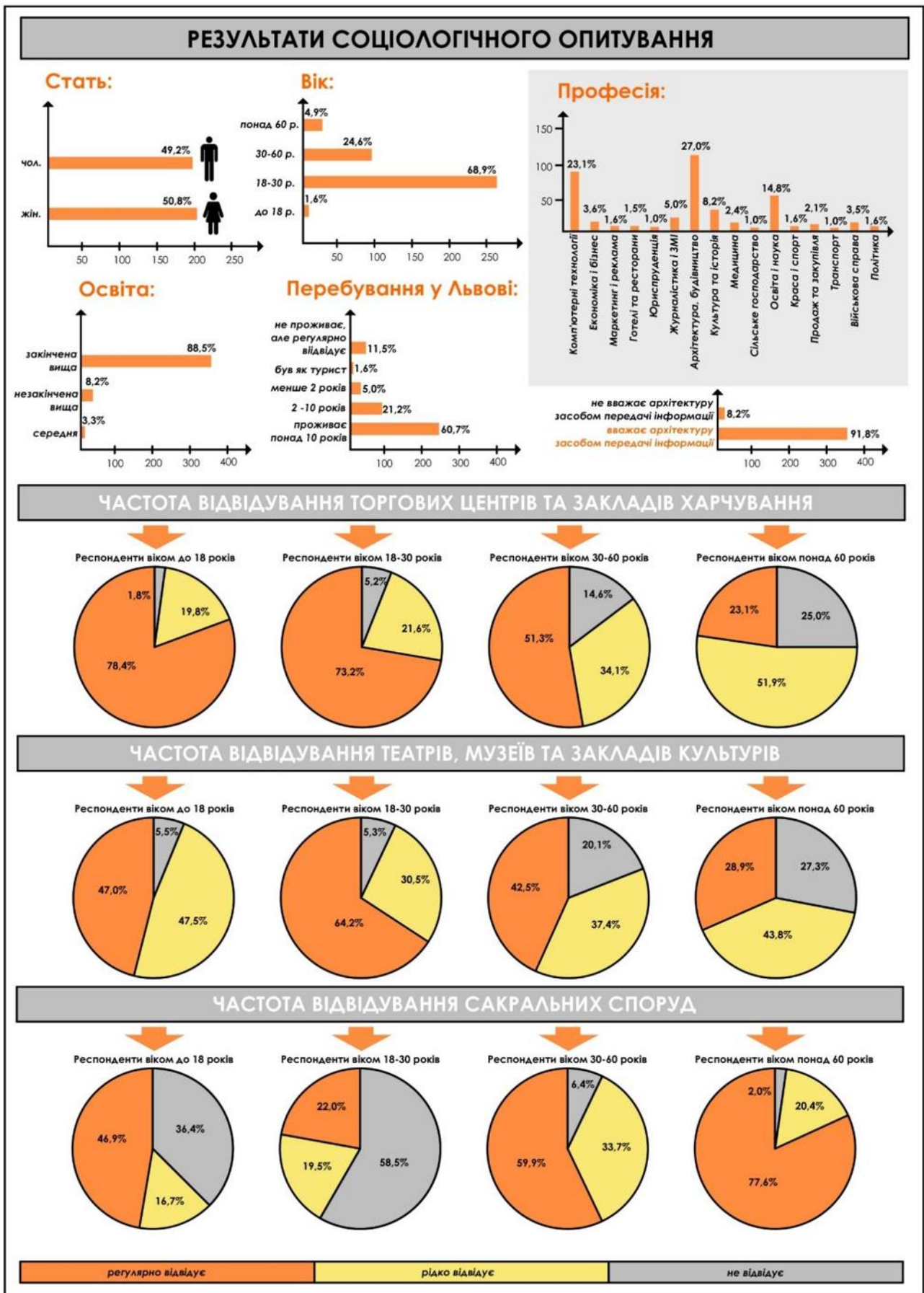


Рис.2.3.6. Результати соціологічного опитування щодо вибірки респондентів (рисунок автора)

Стосовно сфери діяльності учасників опитування можна зазначити, що статистика є досить різноманітною. Найбільшу частку складають архітектори та будівельники (27%). До опитування також долучилися представники галузі комп'ютерних технологій (23,1%), сфери освіти та науки (14,8%), а також культурно-мистецької сфери (8,2%). Більшість респондентів (60,7%) мають досвід проживання у Львові понад 10 років, що свідчить про їхнє близьке знайомство з містом. Більше 21% опитаних вже проживають у місті від 2 до 6 років; 5% живуть у місті менше 2 років; 11,5% не проживають у Львові, та регулярно його відвідують; а менше 2% були у Львові як туристи. За допомогою запитання про частоту відвідування громадських місць ми можемо зрозуміти пріоритети респондентів. Найчастіше вони ходять у торгові центри та заклади громадського харчування, рідше - в заклади культури (театри, музеї), ще рідше - у релігійні споруди. Понад 92% респондентів вважають, що архітектура є засобом передачі інформації. Це підтверджує актуальність даного дослідження.

Далі респонденти оцінювали медійність Львова на різних ієрархічних рівнях (рис.2.3.7). На рівні громадського простору для більшості опитуваних найвиразнішу медійність мають історичні (вул. Ставропігійська) та сучасні архітектурні простори (Меморіал Небесної Сотні). При ідентифікації інформації, якою насичені ці простори, опитувани діїшли спільної думки і оцінили їх рівень медійності на високі бали. Хоча медійність історичного простору з сучасними елементами (пл. Коліївщини) викликала більше незрозуміння, опитувани змогли побачити в ньому історичну, функціональну та естетичну інформацію. Однак медійність радянського простору (вхід до Парку культури) викликала найбільший дисонанс, оскільки його інформація не є зрозумілою або потрібною.

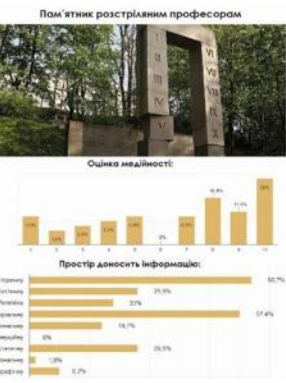
На рівні архітектурного об'єкта оцінка медійності була найвищою для історичної (Гарнізонний храм апостолів Петра і Павла) та сучасної (Центр Шептицького) будівель. Респонденти поділили спільну думку про типи інформації, що передається цими об'єктами. Радянська архітектура (будівля податкової) розділила думки респондентів на дві групи: одні оцінили її медійність високо (56%), а інші - низько (44%).

РЕЗУЛЬТАТИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ОПИТУВАННЯ

ОЦІНКА МЕДІЙНОСТІ ЛЬВОВА НА РІВНІ ГРОМАДСЬКОГО ПРОСТОРУ



ОЦІНКА МЕДІЙНОСТІ ЛЬВОВА НА РІВНІ АРХІТЕКТУРНОГО ОБ'ЄКТА



ОЦІНКА МЕДІЙНОСТІ ЛЬВОВА НА РІВНІ ОБ'ЄКТА МОНУМЕНТАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА



Рис.2.3.7. Результати соціологічного опитування щодо оцінки респондентами медійності Львова на різних ієрархічних рівнях (рисунок автора)

У розділі щодо порівняння медійності різних варіантів архітектурного середовища було встановлено, що на кожне запитання переважає більшість голосів (рис.2.3.8). Більш як 67% респондентів віддають перевагу сучасному вигляду площі перед Оперним театром. Варто зазначити, що близько 25% опитуваних, які віддали перевагу варіанту з колишнім фонтаном, належать до вікової категорії понад 60 років, що свідчить про те, що старше покоління не є прихильниками змін.

Щодо ставлення до реставрації, більшість голосів (93,4%) було надано максимальному відтворенню автентичного вигляду. Це свідчить про те, що суспільство шанує історичне надбання.

На сьогоднішній день велике значення у медійності відіграє комерційна інформація. Більшість респондентів підтримує встановлення вивісок з меншою виразністю, що свідчить про потребу в обмеженні елементів комерційного характеру. Однак, коли мова йде про вітрини в історичному будинку, більшість підтримує сучасне оформлення. Отже, якщо правильно підходити до інтеграції нового в історичне середовище, то можна отримати позитивний відгук суспільства, і такий варіант сприйматиметься краще, ніж імітація історичного. Це важливо, оскільки більшість опитуваних (72%) віддає перевагу проведенню часу у історичному середовищі Львова, ніж у сучасному.

Згідно з результатами останнього блоку відкритих запитань, більшість респондентів відчуває позитивні емоції, такі як спокій, задоволення та захоплення, при перебуванні в архітектурному середовищі Львова. Щодо впливу сучасної архітектури на історичне середовище, думки розділені: одні вважають, що сучасні об'єкти не мають місця в історичному середовищі, тоді як інші схвалюють такий підхід. Однак переважна більшість опитаних вважає, що проектування нового у старому повинно враховувати та підкреслювати особливості існуючого середовища, а не контрастувати з ним. Останнє питання про те, яку інформацію люди хотіли б транслювати на екрані посеред Львова, вказує на те, що вони бажають оточувати себе інформацією на історичні та патріотичні теми. Це можна пов'язати з розвитком національної свідомості українців.



Рис.2.3.8. Результати соціологічного опитування щодо визначення найбільш медійних об'єктів Львова, емоцій від них та порівняння медійності середовища (рисунок автора)

Результати соціологічного дослідження свідчать про те, що медійність Львова характеризується різноманітністю історичних та сучасних просторів, які викликають різні асоціації та емоції. Згідно з оцінками респондентів, однорідне середовище (лише історичне чи повністю сучасне) сприймається краще, ніж поєднання різностильової архітектури, що може викликати розгубленість та створити емоційну напругу. Тому важливо звернути увагу на необхідність грамотного підходу до проектування нової архітектури у вже сформованому середовищі, оскільки це має значний вплив на її сприйняття та розуміння людьми.

2.4. Соціально-культурні чинники та їх вплив на інформативну сутність архітектури та просторів міст.

Місто, як створений людиною складний простір, формується через архітектурну творчість, що включає фізичний простір з його елементами, які не лише виконують певні функції, а й контекстуалізують повсякденне життя мешканців. Це визначає медійність простору міста, що впливає на настрій та світосприйняття людей. Отже, невід'ємною частиною медійності архітектурного середовища є його зв'язок з людиною.

Архітектура має безпосередній вплив на свідомість людини, і дозволяє сформуванню певних вражень на рахунок процесів, які відбуваються у суспільстві. Дослідники історії завдяки архітектурі можуть аналізувати пріоритетні цінності соціуму, його матеріальне забезпечення та визначити загальний вектор розвитку чи деградації. Проте, не тільки архітектура впливає на життя людей, але й самі люди формують інформативні особливості середовища.

Візуальний вигляд архітектури допомагає розуміти домінуючі цінності в суспільстві. Тому при проектуванні сучасної архітектури необхідно приділяти достатньо уваги медійності, яка, в певній мірі, відображає світогляд людей у сьогоденні. Серед соціально-культурних чинників, які впливають на формування медійності архітектури та громадських просторів, можна виділити соціологічні, культурні та духовні (див. рис.2.4.1).



Рис.2.4.1. Класифікація соціально-культурних чинників впливу на формування медійності архітектури та громадських просторів (рисунок автора)

Група **соціологічних** чинників (рис.2.4.2) грає важливу роль у розвитку архітектури, оскільки вони визначають потреби та вимоги суспільства. **Рівень освіти** мешканців має велике значення для інтерпретації медійності архітектури та просторів, її відповідності цінностям людей. Базові знання для цього люди отримують у державних навчальних закладах, що є важливим для подальшого вдосконалення міст. У Львові існують опитувальники, які дозволяють громадянам обговорювати нові архітектурні проекти та залучати їх до архітектурного процесу.

Проявом бажання суспільства отримувати знання є функціонування мереж неформальної освіти та центрів едукації, в тому числі присвячених архітектурі та мистецтву.

Рівень матеріального забезпечення мешканців міста є ще одним соціологічним чинником, що впливає на медійність архітектури. Фасад будинку може свідчити про соціальний статус його власника, і сучасні новобудови можуть дати уявлення про таргетовану аудиторію. Наприклад, житловий комплекс «Avalon» на вул. Личаківській за виглядом та розташуванням біля центру може свідчити про те, що проживати тут дорожче і комфортніше, ніж в панельному будинку на вул. Сяйво.

Медійність архітектури також залежить від **демографічних** характеристик населення, зокрема його вікового складу. У кожному місті є громадські простори, у яких переважають відвідувачі того чи іншого віку.



Рис.2.4.2. Приклади впливу соціально-культурних чинників на медійність просторів Львова (рисунок автора)

До прикладу, у Львові на проспекті Свободи або у парку Франка часто можна побачити старших мужчин, які грають шахи або доміно. Також усі ринки у Львові давно асоціюються з відвідувачами старшого віку. Натомість різноманітні клуби та розважальні заклади навпаки розраховані на представників молодшого покоління («Малевич», «!FESTrepublic»).

За даними соціологічного опитування, наведеного у попередньому розділі, молодь (віком від 18 до 30 років) та люди дорослішого віку (старше 60 років) мають різні погляди на архітектуру. Молодь налаштована більш прогресивно та відкрита до футуристичних рішень, тоді як старші люди більше цінують об'єкти, що імітують історичні стилі. Однак, представники усіх вікових груп згодні, що нова архітектура повинна гармонійно вписуватись у вже існуюче середовище та не дисонувати з ним.

Один із **культурних** чинників, що впливають на медійність архітектури та громадських просторів, - це **звичаї та традиції**, які є характерними для конкретного місця. Вони надають середовищу унікального значення та згуртовують його мешканців.

У Львові, наприклад, велике значення мають релігійні свята та пов'язані з ними звичаї та традиції, до яких пристосовують простори міста за допомогою різноманітних декоративних елементів. На Різдво прикрашають фасади будинків святковими декораціями, встановлюють дідухи, організовують ярмарки, співають колядки та щедрівки. Все це створює святкову атмосферу та відображає українські звичаї та традиції. У Львові також існує зимова традиція встановлення ялинки в центрі міста перед Оперним театром. У 2023 році ця традиція отримала новий зміст: медійність центральної ялинки асоціювалась із війною в Україні завдяки верхівки у вигляді протитанкового їжака.

Історична пам'ять є важливим чинником культурного впливу, який об'єднує народ та формує громадянську позицію (Нагорна, 2012). У зв'язку зі складним минулим українського народу, збереження пам'яті про його історію має особливе значення, і архітектурне середовище є ефективним засобом для цього. У Львові існує багато пам'ятників, що вшановують пам'ять видатних українців та історичних подій. Назви вулиць та площ також служать цій меті. Один з сучасних місць збереження

історичної пам'яті - це Меморіал Героїв Небесної Сотні. Масивні та складні конструкції з необробленого бетону та металу символізують полум'я боротьби. На Меморіалі встановлено таблички з портретами Героїв для вшанування їх пам'яті. Таким чином, медійність даного простору транслює дух сучасності та увіковічне події 2014 року.

Архітектура може відображати *мистецьку спадщину* та бути важливою складовою культурного середовища. Багато історичних об'єктів мають статус пам'яток (Вечерський, 2020). У Львові культура є предметом інтересу для місцевих жителів та туристів, тому місто має багато музеїв та галерей. Крім того, дедалі популярнішими стають багатофункційні арт-заклади, оскільки вони надають можливість не тільки відвідати експозицію, а й взяти участь у лекції, зайнятись творчістю або просто випити каву, споглядаючи твори мистецтва. Прикладом такого закладу є Львівський муніципальний мистецький центр.

Особисті цінності кожної людини визначаються *духовними* чинниками, але вони важливі також для груп людей. Сюди відноситься релігія, що забезпечує задоволення духовних потреб (Гнідець, 2004). У Львові, де поширеним є християнство, архітектурне середовище заповнене багатьма церквами та сакральними просторами, що збереглися до сьогоднішнього із різних історичних епох.

Варто зазначити, що застосування однакових архітектурних рішень у різних місцях викликає різні асоціації. Це пов'язано насамперед із *менталітетом* місцевого населення, що впливає на сприйняття медійності архітектури та громадських просторів, тому важливо брати це до уваги при архітектурному проектуванні. У Львові представлено різноманітні стилі, притаманні багатьом поколінням (Громнюк, 2013). Однією із характеристик нашого народу є історична денаціоналізація (Середа, 2008). Зараз, з поступовим відродженням національної свідомості українців, можна очікувати, що об'єкти архітектури будуть повертатися до форм, які відповідають українській культурі, а не нав'язані іншими народами. Особливо це питання загострилося з початком повномасштабного вторгнення росії в Україну. У цей час простори українських міст активно почали наповнюватись патріотичними гаслами та символікою.

Психологічний стан людини є важливим чинником, який впливає на сприйняття медійності будівлі. Основна мета медійності архітектури полягає у задоволенні потреб людини, зокрема фізіологічних, які пов'язані з працею, відпочинком, сном, харчуванням тощо. Психологічні аспекти сприйняття середовища відображають, наскільки успішно ці потреби задовольняються (Грабовська & Липецька, 2020). Деякі аспекти об'ємно-просторової організації будівель визначаються емоціями, пов'язаними з бажаннями людей. Наприклад, закриті простори у житлових комплексах створюються для ізоляції від зовнішнього світу. Це сприяє створенню медійності середовища, що характеризується затишком, інтимністю. Психологічний стан людини відображає не тільки матеріальні, а й ментальні аспекти медійності архітектури. Наприклад, архітектурне середовище може бути особливо приємним при виникненні неблагополучних факторів, таких як гроза або спека.

Коли людина знаходиться в інформаційному середовищі, вона відчуває певні емоції, які часто використовуються у соціальній психології впливу (Татенко, 2008). Це використовується для розуміння семіотики середовища та формування феноменологічних значень для окремих архітектурних об'єктів або частин міста (Norbert-Schulz, 2004). Наприклад, будівля банку на площі Міцкевича, зведена в 2005 році за проектом О. Базюка, стала об'єктом обурення мешканців, оскільки вона була дуже контрастною по відношенню до історичного середовища. Форми та оздоблення фасаду блискучою плиткою створили негативні асоціації, і будівля отримала погану репутацію, яку вона зберігає донині, незважаючи на те, у теперішній час банк виглядає уже досить звично у центрі міста. Одним із останніх несхвалених мешканцями об'єктів стала офісна будівля на вул. Ш. Руставелі. Об'єкт різко контрастує з історичним середовищем і викликає негативний відклик у перехожих.

Дедалі частіше сучасні архітектори залучають психологів для консультування під час проектування нових об'єктів з метою їх позитивного сприйняття суспільством. Засоби формування архітектурного простору, такі як колір, світло, звук, текстура і форма, впливають на людину через ряд механізмів - «стимулів» (Тапалчинова, 2019).

Аналіз взаємозв'язку між соціально-культурними чинниками і медійністю архітектури дозволяє виявити та оцінити особливості впливу інформації у просторі на людину. За наведеною матрицею (рис.2.4.3) видно, що соціально-культурні чинники мають найбільший вплив на ментальну медійність, тоді як зв'язки з фізичною, крім її візуальної компоненти, є слабкими.

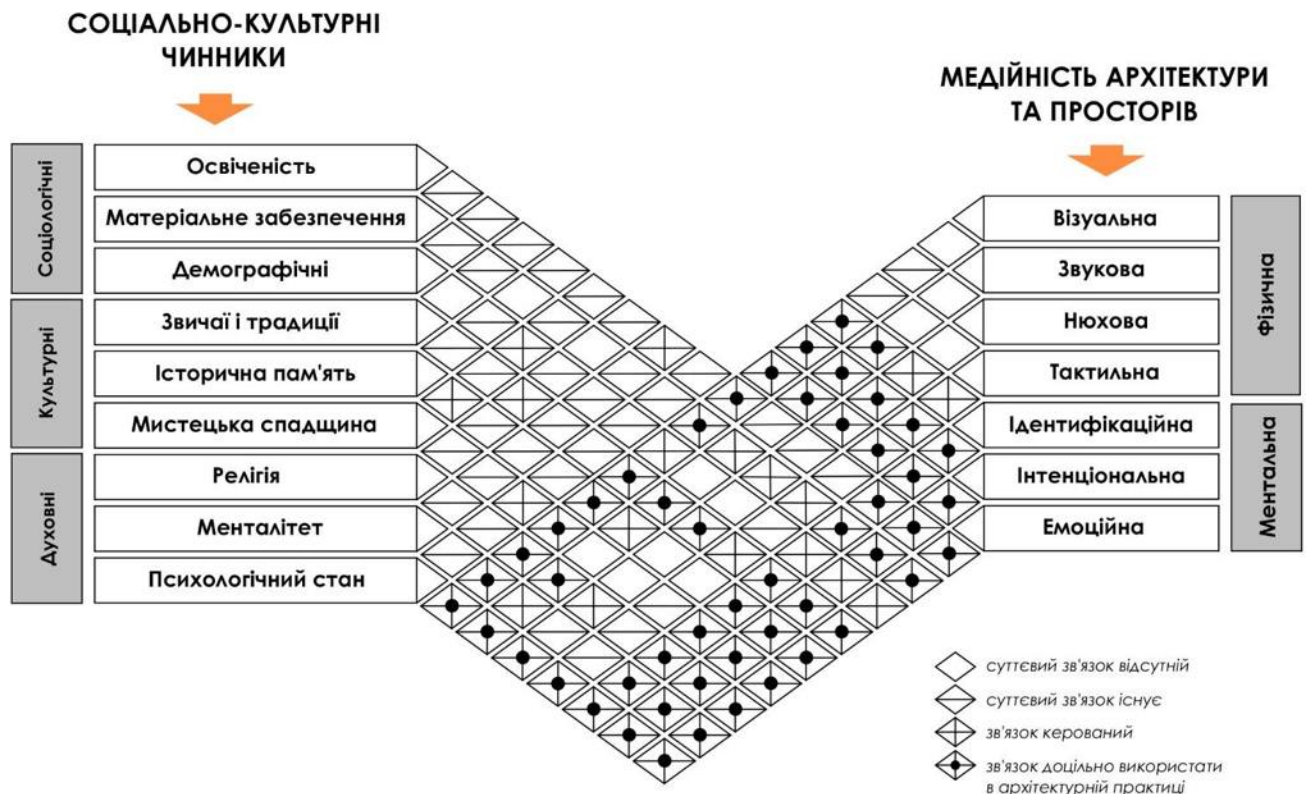


Рис.2.4.3. Матриця взаємозв'язків соціально-культурних чинників і медійності архітектури та громадських просторів (рисунок автора)

Головний вплив на медійність архітектури та просторів має психологічний стан людини, яка сприймає архітектурне середовище. Кожен контакт із архітектурним об'єктом є унікальним особистим досвідом. За допомогою архітектури проявляється прагнення до пошуку сенсу життя, національної, соціальної та політичної єдності, сімейних цінностей та самоствердження. Особливе значення для медійності Львова також мають звичай і традиції, оскільки вони закладені в світогляді українського народу.

2.5. Закономірності та особливості медійності архітектурних об'єктів і громадських просторів міст.

На основі досліджень ландшафтно-просторових, архітектурно-композиційних і соціально-культурних груп чинників та їх впливу на медійність архітектури громадських просторів можемо виявити певні закономірності та особливості у формуванні інформативної сутності об'єктів та просторів. Закономірності та особливості - це дві різні концепції, які можуть бути використані для архітектурних рішень.

Для цього розроблено комплексну матрицю взаємозв'язків медійності архітектури громадських просторів і чинників впливу на її формування (рис.2.5.1).

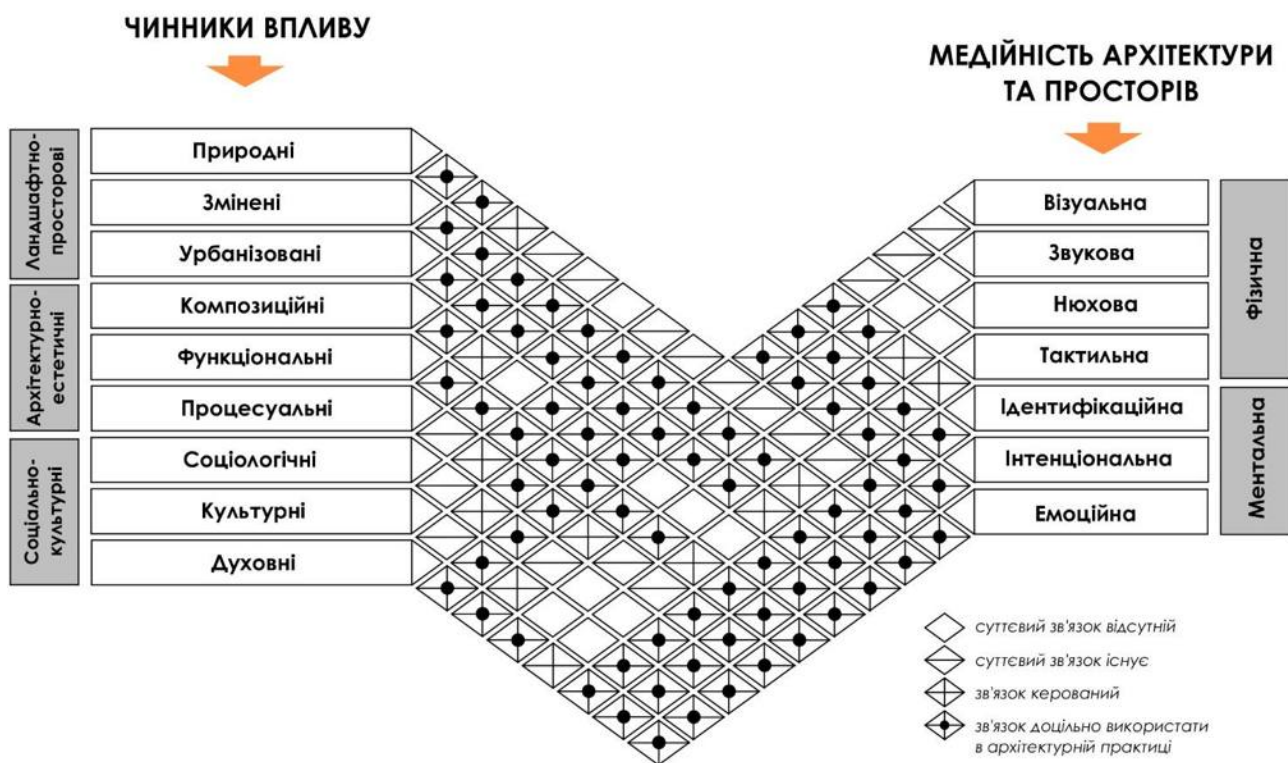


Рис.2.5.1. Багатовимірна матриця взаємозв'язків медійності архітектури та просторів і чинників впливу на її формування (рисунок автора)

У наведеній матриці антропогенні ландшафтно-просторові чинники поділено на змінені та урбанізовані. Під зміненими маються на увазі природні ландшафти, що

частково зазнали людського втручання. Урбанізованими ландшафтами вважаються штучні, створені людиною середовища, що являють собою сучасні міста.

За допомогою багатовимірної матриці між медійністю та чинниками впливу на неї встановлено 43 зв'язки, що доцільно використовувати у архітектурній практиці; 8 керованих зв'язків; 7 існуючих суттєвих зв'язків та 7 зв'язків, що не мають суттєвого значення.

Для виявлення закономірностей та особливостей охарактеризовано суть зв'язків, що доцільно використовувати в архітектурній практиці.

Візуальна медійність – Змінені ландшафти: демонстрація ставлення людини до природи, її збереження чи руйнування на основі візуального сприйняття середовища.

Візуальна медійність – Урбанізовані ландшафти: візуальний образ міського ландшафту показує поєднання сучасної та історичної архітектури.

Візуальна медійність – Композиція: формування художнього образу архітектури та середовища на основі візуального сприйняття масштабу, пропорцій, колірних вирішень та інших композиційних характеристик.

Візуальна медійність – Функціональність: демонстрація функціонального призначення будівлі чи простору за допомогою їх візуальних ознак.

Візуальна медійність – Процеси: відслідковування змін в архітектурі чи просторі завдяки динаміці їх візуального образу.

Візуальна медійність – Соціологія: виявлення соціологічних характеристик суспільства за допомогою візуального образу архітектурного середовища, у якому живуть люди.

Візуальна медійність – Культура: демонстрація культурної спадщини та відношення сучасного покоління до неї на основі візуального сприйняття.

Візуальна медійність – Духовність: відслідковування цінностей людства у візуальних характеристиках архітектури та просторів.

Звукова медійність – Змінені ландшафти: виявлення переваги природних чи антропогенних звуків у середовищі, що є індикатором відношення людини до природи.

Звукова медійність – Урбанізовані ландшафти: можливість вирізнити шумні та тихі частини міста.

Звукова медійність – Функціональність: демонстрація функціонального призначення будівлі чи простору за допомогою звуків у просторі.

Звукова медійність – Духовність: виявлення цінностей людства на основі звуків, притаманних архітектурному середовищу.

Нюхова медійність – Змінені ландшафти: виявлення переваги природних чи антропогенних запахів у середовищі, що вказує на ставлення до природи.

Нюхова медійність – Урбанізовані ландшафти: можливість виявити забруднені території міського ландшафту.

Нюхова медійність – Функціональність: демонстрація функціонального призначення будівлі чи простору за допомогою запаху у просторі.

Нюхова медійність – Духовність: виявлення цінностей людства на основі запахів, властивих архітектурному середовищу.

Ідентифікаційна медійність – Змінені ландшафти: виявлення природних та антропогенних елементів середовища.

Ідентифікаційна медійність – Урбанізовані ландшафти: виявлення характерних особливостей міського ландшафту.

Ідентифікаційна медійність – Композиція: виявлення інформації про архітектурний стиль, композиційні особливості архітектури чи простору.

Ідентифікаційна медійність – Функціональність: виявлення інформації про функціональне призначення будівлі чи простору.

Ідентифікаційна медійність – Процеси: виявлення інформації про зміни в архітектурному середовищі.

Ідентифікаційна медійність – Соціологія: виявлення інформації щодо соціологічних характеристик суспільства, що проживає у конкретному архітектурному середовищі.

Ідентифікаційна медійність – Культура: виявлення інформації про культуру певного регіону та її особливості.

Ідентифікаційна медійність – Духовність: ідентифікація інформації про цінності людей, що проживають у певному архітектурному середовищі.

Інтенціональна медійність – Змінені ландшафти: оцінка ставлення людини до природи на основі фізичного сприйняття середовища.

Інтенціональна медійність – Урбанізовані ландшафти: оцінка міського ландшафту та формування ставлення людини до нього.

Інтенціональна медійність – Композиція: формування відношення людини до цілісності художнього образу архітектури.

Інтенціональна медійність – Функціональність: особисте ставлення людини та її оцінка функцій, що відбуваються в будівлі або просторі.

Інтенціональна медійність – Процеси: оцінка процесів, що відбуваються в архітектурному просторі.

Інтенціональна медійність – Соціологія: особисті судження та оцінка соціологічних характеристик суспільства, що проживає в конкретному архітектурному середовищі.

Інтенціональна медійність – Культура: оцінка ставлення сучасників до своєї культурної спадщини.

Інтенціональна медійність – Духовність: власні судження та оцінка цінностей людей, що проживають у певному архітектурному середовищі.

Емоційна медійність – Змінені ландшафти: відбувається емоційна реакція на взаємодію людини та природи.

Емоційна медійність – Урбанізовані ландшафти: емоційна реакція на урбанізоване середовище, самопочуття людини в ньому.

Емоційна медійність – Композиція: емоційна реакція на художній образ архітектури.

Емоційна медійність – Функціональність: емоційна реакція на функціональне призначення будівлі або простору.

Емоційна медійність – Процеси: емоційна реакція на процеси, що відбуваються в архітектурному просторі.

Емоційна медійність – Соціологія: емоційна реакція щодо виявленої інформації про соціологічні характеристики суспільства, що проживає в певному архітектурному середовищі.

Емоційна медійність – Культура: емоційна реакція на культурну спадщину конкретного регіону та відношення сучасного суспільства до неї.

Емоційна медійність – Духовність: емоційна реакція на цінності людей, що проживають у певному архітектурному середовищі.

Закономірності являють собою певний сталий порядок та зв'язок між явищами, які встановлені та описані за допомогою наукових методів та теорій. Закономірності відображають взаємозв'язок між медійністю та чинниками її формування. Можемо сформулювати наступні закономірності щодо формування медійності архітектури громадських просторів:

- ***Поліінформативність.*** Медійність архітектурного середовища містить у своїй сутності велику кількість інформації, що одночасно існує у єдиному міському просторі. Ця закономірність вказує на те, що архітектура може одночасно передавати безліч повідомлень через використання засобів, які стимулюють різні сенсорні, когнітивні та емоційні процеси у спостерігачів.

- ***Залежність від контексту.*** Медійність архітектури завжди формується під впливом середовища, у якому вона знаходиться. За результатами дослідження, найбільший вплив на медійність архітектури та громадських просторів мають антропогенні ландшафти; функціональність архітектури та просторів; процеси, що відбуваються в архітектурному середовищі; історичні передумови та менталітет громадян.

- ***Ідентифікація середовища.*** Це означає, що завдяки фізичним та ментальним проявам медійності можна охарактеризувати ландшафт, стилістику, функціональність, культуру, соціум та його цінності на конкретному історичному етапі. Медійність є невід'ємною частиною феномену об'єкта чи місця.

- ***Забезпечення унікальності архітектури та громадських просторів.*** Медійність дає можливість визначити унікальні риси, що відрізняють один об'єкт від

іншого. Це пояснюється тим, що кожна група чинників має свій набір фізичних та ментальних проявів медійності, що забезпечує їхню унікальність.

- **Суперечливий характер сприйняття та розуміння.** Медійність архітектури та громадських просторів має суб'єктивний характер, тож її сприйняття та розуміння не завжди буде однакоим для кожної людини. Інформативна сутність архітектурного простору може хибно трактуватись або залишитись не виявленою в залежності від рівня інтелекту, вподобань, психічних особливостей спостерігача та багатьох інших чинників.

Особливості медійності архітектури та просторів полягають у їх характерних рисах та властивостях, які притаманні взаємодії з окремими групами чинників і відрізняють їх між собою. Особливості медійності можуть варіюватися в залежності від контексту та задачі, яку має виконати даний архітектурний об'єкт або простір.

- **Домінування візуального сприйняття.** Візуальна медійність є основним елементом фізичної медійності для прояву кожного із вищезгаданих чинників. Це підтверджується тим, що людський мозок найшвидше обробляє саме візуальну інформацію, тож до 90% загальної інформації передається через візуальні канали сприйняття (Безуглий, 2014). Відповідно в архітектурному середовищі процеси розуміння та інтерпретації опираються на когнітивно-візуальні форми відображення інформації.

Основні складові візуальної медійності включають форму, кольори, композицію, пропорції, світло та тінь, текстуру, рух та інші візуальні ефекти. Візуальна медійність також є важливим аспектом сприйняття для створення ефективної комунікації в просторі.

- **Вираження суспільних цінностей.** Медійність архітектури відіграє важливу роль у вираженні суспільних цінностей та ідентичності. Архітектура, як візуальне і просторове творіння людства, формує матеріальне середовище, що відображає та підкреслює суспільні цінності, ідеали та культурний дух. Проведений аналіз підтверджує, формування архітектури найбільше залежать від соціально-культурних чинників, адже сприйняття архітектурного середовища виконується людьми, які дають оцінку тим чи іншим характеристикам медійності об'єктів та просторів. Ця

особливість найяскравіше спостерігається протягом великих історичних проміжків часу, коли зі зміною світогляду змінюється інформативна сутність середовища.

- ***Перевага метальної медійності над фізичною.*** Медійність архітектури та просторів визначається їх здатністю викликати відчуття, емоції, спогади та асоціації у людей, які взаємодіють з ними через фізичні канали комунікації, такі як зорові, звукові, тактильні, нюхові. На основі аналізу та оцінки чинників впливу на медійність можемо зауважити, що фізичні прояви медійності є зв'язувальним елементом між людським сприйняттям та інформацією, закладеною в архітектурі. Врахування ментальної медійності є необхідним для кожної групи чинників, в той час, коли її фізичні прояви відіграють меншу роль.

- ***Залежність від досвіду людини.*** Людина сприймає архітектуру та простори через свої ментальні структури та досвід. Саме тому інтенціональна медійність є важливою для кожної групи чинників. Досвід людини впливає на її уявлення про архітектурно-естетичні та природньо-ландшафтні аспекти архітектурного середовища. Люди можуть мати різні вподобання щодо дизайну та стилю будівель, по-різному почуватись у певних місцях. Наприклад, великі відкриті простори можуть викликати відчуття свободи для одних людей, а для інших - відчуття загубленості та страху. Тому врахування досвіду людини є важливим для формування медійності архітектури та громадських просторів.

- ***Психоемоційна реактивність архітектурного середовища.*** Психоемоційна реактивність полягає у взаємодії між психікою і емоціями людини та зовнішнім середовищем. Психологічна спрямованість медійності архітектури відображається в тому, як архітектурні елементи та простори впливають на почуття, емоції та поведінку людей, які їх сприймають. Архітектура може чинити психологічні впливи, які варіюються від спокою та комфорту до тривоги та небезпеки.

Один з аспектів психоемоційної реактивності архітектури полягає у створенні приємного та комфортного середовища. Це може бути досягнуто шляхом використання природних матеріалів, відкритих просторів, достатнього освітлення та вентиляції. Таке середовище сприяє зниженню стресу та покращенню настрою у людей.

Другий аспект психоемоційної спрямованості медійності архітектури пов'язаний з емоційним враженням, яке вона викликає. Матеріальні прояви медійності сприяють виникненню певних емоцій у спостерігачів. Крім того, вплив медійності архітектури на психіку людини пов'язана з побудовою просторів, які сприяють певним типам поведінки або активності. Наприклад, відкриті, привітні місця для спілкування та відпочинку можуть сприяти соціальним взаємодіям та стимулювати комунікацію між людьми.

Отже, виявлення та розуміння закономірностей та особливостей медійності архітектури та просторів допомагає подальшому формуванню об'єктів та просторів, що задовольняють потреби та вимоги користувачів, а також відображають культурні та соціальні цінності суспільства.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

1) Класифіковано та структуровано чинники впливу на медійність архітектури та просторів міст, що дозволяє краще зрозуміти апарат її формування. Виділено групи ландшафтно-просторових, природно-кліматичних, архітектурно-естетичних, соціально-культурних, історико-політичних, будівельно-технологічних, екологічних, науково-теоретичних чинники. Розглянуто три основні групи чинників (ландшафтно-просторові, архітектурно-естетичні, соціально-культурні), які мають найбільший вплив на формування медійності архітектури громадських просторів. Детальні дослідження проведено на прикладі міста Львова.

2) Первинними чинниками, що впливають на медійність архітектури та просторів, є ландшафтно-просторові. Виявлено, що вони мають найбільше значення на ієрархічному рівні міського простору. Природні складові, такі як рельєф, гідромережа та озеленення, формують природньо-естетичний потенціал території, тоді як антропогенні компоненти, що включають планувальну та функціональну структуру, а також силуетність забудови міста, зміцнюють цей потенціал, створюючи цілісну медійність просторів. На основі оцінки взаємозв'язків між ландшафтно-просторовими чинниками та медійністю Львова визначено, що ландшафт міста має найбільший вплив на фізичну медійність міста через його візуальне сприйняття. Антропогенні чинники, такі як планувальна та функціональна структури, а також силует забудови, мають значний вплив на формування ментальної медійності, тож їх необхідно враховувати у проектній практиці.

3) У ході дослідження з'ясовано, що архітектурно-естетичні чинники є найвиразнішими при ідентифікації архітектури чи простору. Особливо важливу роль вони відіграють у розумінні медійності історично сформованого середовища. Серед архітектурно-естетичних чинників виділено композиційні, функціональні та процесуальні. Їх аналіз на прикладі Львова показав, що після приходу радянської влади у Львові фокус в архітектурному проектуванні змістився у сторону уніфікації та комерціалізації, що й досі спостерігається у сучасному проектуванні. Оцінка взаємозв'язків медійності Львова з архітектурно-естетичними чинниками виявила, що вони мають найбільший вплив на візуальну та ментальну медійність міста. Ключове

значення для сприйняття архітектурного простору відіграють композиційні чинники. Оскільки художній образ сучасного Львова формують історичні та сучасні форми, важливим є врахування медійності існуючої об'ємно-просторової композиції під час проектування нових громадських просторів для збереження характеру міста. Також важливо наголосити на важливості ментальної медійності для визначення естетики середовища, адже ця характеристика має суто суб'єктивне походження.

4) Для з'ясування впливу медійності архітектури на соціум визначено необхідність проведення соціологічного опитування. За його результатами було визначено найбільш медійні об'єкти у Львові, а саме Оперний театр, площу Ринок, храм святих Ольги та Єлизавети, Домініканський собор, палац Потоцьких та Львівський вокзал. Проаналізовано оцінку медійності архітектури та міських просторів людьми і встановлено, що найбільш зрозумілим для громадськості є середовище, яке є виключно історичним або сучасним. Поєднання нового зі старим викликає розгубленість, оскільки важко зрозуміти зміст такого середовища. Це обумовлює важливість грамотного поєднання сучасної архітектури з історичною. Архітектура радянського періоду негативно сприймається громадянами через її зв'язок із ворожим народом та його намаганнями знищити українську культуру.

5) Оскільки зв'язок між людиною та її оточенням має важливе значення для створення комфортного середовища, то доцільною є оцінка впливу соціально-культурних чинників на медійність архітектури. Проаналізовано соціологічні, культурні та духовні чинники впливу на формування медійності архітектури та просторів Львова. Оцінка взаємозв'язків соціокультурних чинників та медійності архітектурного середовища Львова дозволила зрозуміти, що найбільший вплив на інформативну сутність архітектурного середовища має психологічний стан людини. Тому в архітектурній практиці необхідно враховувати аспекти психологічного сприйняття майбутніх об'єктів. Особливе значення для медійності Львова мають звичаї та традиції, оскільки вони закладені в світогляді українського народу.

6) На основі багатовимірної матриці взаємозв'язків між чинниками та медійністю було виявлено закономірності та особливості медійності архітектури та просторів міст. Закономірності медійності в архітектурі включають у себе загальні

характеристики, що визначають, які архітектурні та просторові елементи сприймаються людьми. Вони полягають у поліінформативності архітектурного середовища, залежності медійності від контексту, суперечливому характері сприйняття та розуміння медійності, здатності ідентифікувати середовище та забезпечити унікальність архітектури та громадських просторів. Особливості медійності архітектури громадських просторів міст характеризуються її відмінностями при взаємодії з різними чинниками залежно від контексту. Ця різниця виражається у домінуванні візуального сприйняття, першочерговому вираженні суспільних цінностей через медійність, перевазі ментальної медійності над фізичною, залежністю розуміння медійності від досвіду людини та психоемоційною реактивністю архітектурного середовища.

РОЗДІЛ III. РЕКОМЕНАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МЕДІЙНОСТІ АРХІТЕКТУРИ ТА ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРІВ

3.1. Принципи та засоби медійності у формуванні архітектурного середовища.

Архітектура - це не тільки форма чи функція, це також спосіб нашого мислення та спілкування. Міське середовище може розповісти дуже багато про його мешканців та їхні світоглядні цінності. Тож медійність просторів міста можемо прирівняти до мови.

Мова міста - це спосіб, яким місто «говорить» зі своїми мешканцями та відвідувачами. Це може включати архітектуру, громадський транспорт, вуличну мистецтво, пам'ятки, парки та інші елементи міського середовища. Мова міста може передавати значення та історію міста, відображати його культурну та соціальну ідентичність та створювати відчуття спільноти серед мешканців та відвідувачів. Тому доцільним є розгляд медійності архітектури громадських просторів як «мови» через її порівняння з мовою у лінгвістиці.

Міське середовище як об'єкт для аналізу є поліінформативним, що складається із сукупності неоднорідних за своїм походженням текстів, які становлять взаємопов'язану цілісність та функціонують у єдиному міському просторі як прояв соціально-культурних людських цінностей. Їх виявлення дає можливість зрозуміти унікальність міста.

Подібно до мови у лінгвістиці, мова міста теж наділена семіологічним та феноменологічним аспектами сприйняття. Це забезпечується ментальною медійністю архітектури та громадських просторів.

Лінгвістичний підхід до аналізу інформативної сутності міста як його мови має ряд переваг. По-перше, це дає можливість досліджувати медійність міського середовища як його мову. По-друге, такий підхід найкращим способом зображає інформативні та комунікативні властивості міського простору. По-третє, мова має прямий зв'язок із свідомістю людини, її когнітивними навичками і проявляється через інтерпретацію певної інформації людиною. Зважаючи на це, можна стверджувати, що

такий підхід є актуальним у з'ясуванні питань щодо формування та розвитку медійності міського середовища.

Поняття «мови міста» і поняття «мови» в лінгвістиці дещо відмінні, адже перше значно ширше від традиційного розуміння мови (Сікора, 2016). Однак спільні риси між ними існують, що робить доцільним аналіз мови міста як мови у лінгвістиці.

Мова лінгвістична використовується для передачі інформації та спілкування між людьми з використанням звуків, слів та інших лінгвістичних знаків. Мова має свою структуру, правила граматики, вимови та написання, які допомагають зберегти її цілісність та зрозумілість для співрозмовника. Вона включає вербальні (слова, речення) та невербальні знаки (жести та міміка). Мова лінгвістична передає значення та інформацію, допомагає зрозуміти культурні та соціальні реалії і сприяє спілкуванню між людьми.

Архітектура, з іншого боку, є мистецтвом створення просторів, які мають функціональні та естетичні цінності. Вона включає в себе дизайн будівель, створення просторових планів, конструкції та матеріали, які використовуються для створення об'єктів та просторів.

Хоча мова міста та мова лінгвістична мають різні призначення та засоби використання, вони можуть взаємодіяти між собою. Наприклад, мова міста може відображати культурну та соціальну ідентичність місцевої громади, яку можна виразити за допомогою мови лінгвістичної. Також, мова лінгвістична може бути використана для опису мови міста та його культурних і соціальних аспектів.

Співставлення мови лінгвістичної з медійністю архітектури можна провести на рівні спільних ознак, що визначають їх функціонування і взаємозв'язки зі світом, в якому вони існують (рис.3.1.1):

1) **Кодифікація:** як і словесна мова, архітектура зашифрує у свою сутність певну інформацію і використовує певні правила та норми, які регулюють її використання та розуміння. Ці правила можуть відрізнитися в різних культурах та епохах.

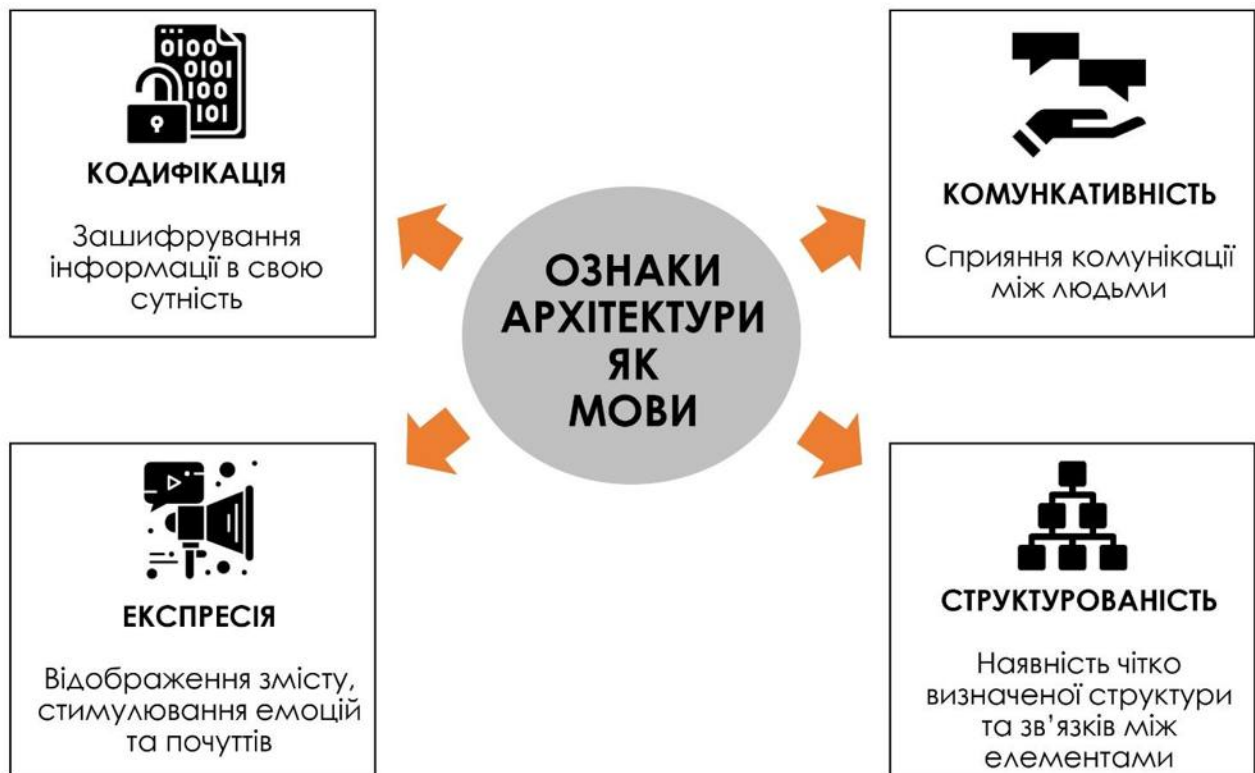


Рис.3.1.1. Ознаки архітектури як лінгвістичної мови (рисунок автора)

2) **Експресія**: архітектура відображає певний зміст, викликає емоції та може містити ознаки таких сфер, як влада, релігія, культура, економіка та інших. Таким чином, архітектура може відображати дух епохи та її культурні особливості.

3) **Комунікативність**: архітектура використовується для передачі інформації та комунікації між людьми. Наприклад, встановлений пам'ятник може надихати на почуття поваги та гордості за національну історію, що єднає людей.

4) **Структурованість**: архітектура є організованою та структурованою, що дозволяє сприймати та розуміти її елементи за допомогою певної схеми. Наприклад, просторові рішення можна описати через просторові відношення, форми та розташування елементів.

Порядок та спосіб розташування архітектурних елементів у міському просторі можна розглядати як синтаксичну структуру мови, що визначає закономірності у їх поєднанні. На відміну від звичного для нас тексту, який розшифровується поступово в процесі читання, інформація у міському просторі сприймається одночасно і її трактування залежить від умов конкретного середовища. Тому чим впорядкованішим

буде архітектурний простір, тим зрозумілішою для людини буде його мова. Це обумовлює розгляд засобів для вираження мови в архітектурі. Інформація може передаватися різними способами, залежно від контексту та цілей комунікації. Згідно проведених аналізу та оцінки у попередніх розділах, **засобами формування медійності** в міському просторі визначено (рис.3.1.2):

1) **Форми:** В архітектурі форма та орнамент можуть передавати різну інформацію. Наприклад, форма будівлі може вказувати на її функціональне призначення (наприклад, храм, міська ратуша), використовуватися для передачі історичних або культурних зв'язків. Також форма та пропорції будівлі можуть викликати певні емоції та асоціації у людей. Наприклад, високі та вузькі будівлі можуть створювати відчуття тиску, тоді як широкі та просторі будівлі можуть викликати відчуття комфорту та спокою.

2) **Кольори та матеріали:** Кольори можуть викликати певні асоціації та настрої у людей. Матеріали різних кольорів можуть використовуватися для позначення різних зон або функціональних областей в місті. Наприклад, можуть вказувати на зони для пішоходів, велосипедистів, автомобілів тощо.

3) **Знаки, символи і текст:** Знаки, символи і текст використовуватися для передачі різної інформації, такої як напрямки руху, номери будівель, інформація про громадський транспорт, події, місцеві пам'ятки тощо. Наприклад, загальновідома позначка "WC" на дверцятах вказує на те, що за ними знаходиться туалет.

4) **Звуки та запахи:** Звуки та запахи є невід'ємними елементами медійності міського середовища, адже за допомогою них людина також має можливість за допомогою ряду асоціацій отримати інформацію у просторі. Наприклад, запах кави на вулиці дає нам зрозуміти, що ймовірно десь поруч знаходиться кав'ярня.

5) **Освітлення:** Світло може впливати на настрої та емоції людей. Яскраве та інтенсивне світло може стимулювати, тоді як темне та приглушене - створювати відчуття спокою.

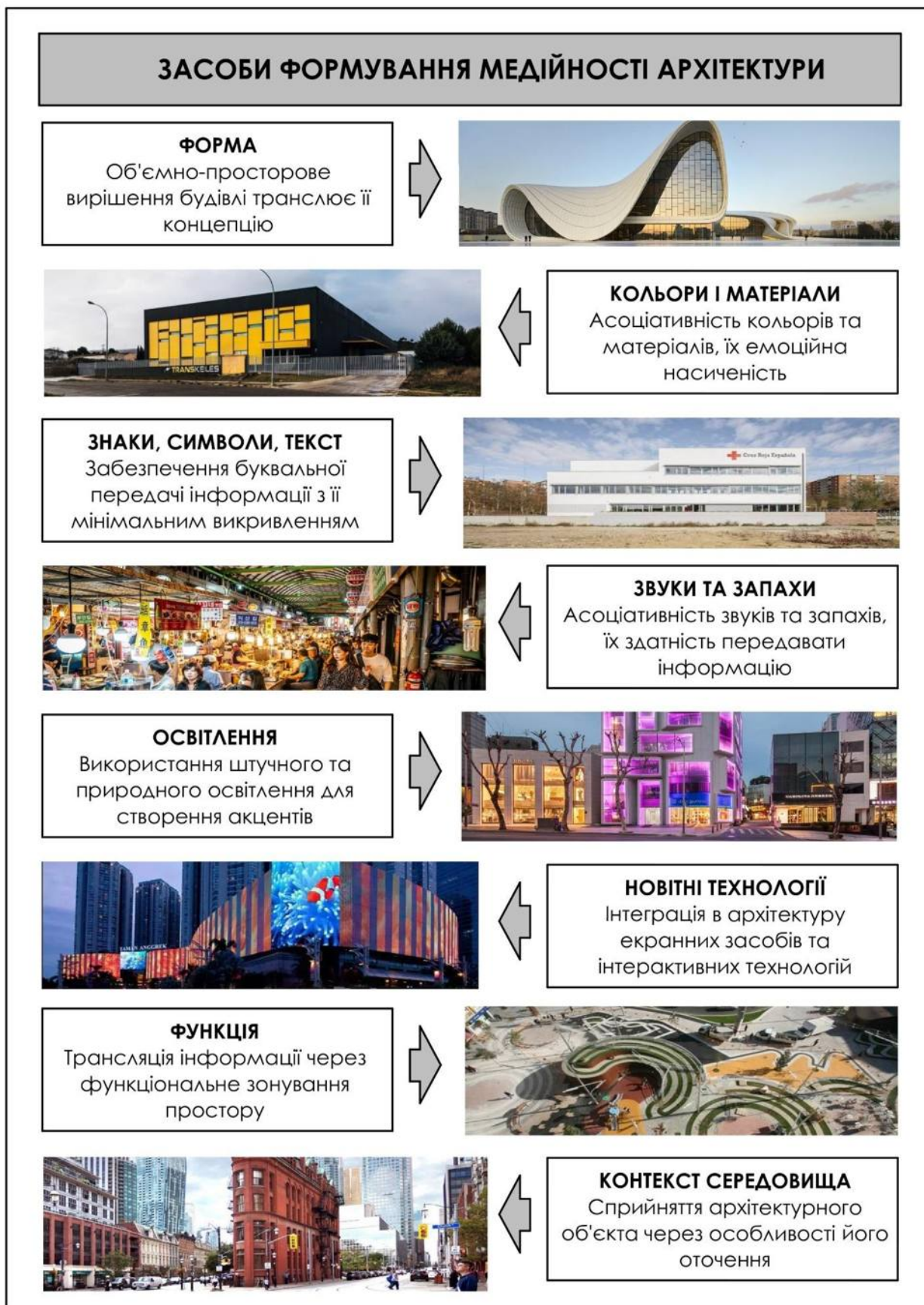


Рис.3.1.2. Засоби формування медійності архітектури та просторів (рисунок автора)

Штучне освітлення може бути використане для підсвічування елементів або зон будівлі, щоб наголосити їхню важливість або відмінність. Також системи освітлення можуть використовуватися для передачі інформації про час дня або про розташування будівлі.

6) **Новітні технології:** У сучасній архітектурі використовуються різноманітні технології, такі як сенсорні екрани, AR-додатки, відеопроєкції, що можуть передавати інформацію про будівлі та навколишнє середовище. Найпоширенішим проявом цього засобу є застосування медіафасадів.

7) **Функції:** Функціональність будівлі може впливати на поведінку та настрій людей, які в ній перебувають. Наприклад, відкрите та світле просторове планування може стимулювати спілкування та взаємодію між людьми, тоді як відокремлені місця можуть викликати відчуття затишку та комфорту.

8) **Контекст середовища:** Архітектура взаємодіє зі своїм соціальним, культурним та історичним контекстами. Створення майбутніх об'єктів завжди повинне передбачати врахування контекстів середовища, в якому вони будуть зведені.

На основі попередньо виявлених закономірностей та особливостей медійності, а також її порівняння з мовою, можемо визначити **принципи формування медійності** архітектури та громадських просторів (рис.3.1.3).

Велика різноманітність засобів для створення медійності у міському просторі зумовлює **поліваріативність** мови міста. У міському просторі Львова ми постійно стикаємося з текстами, словами, символами, знаками, рекламою, слоганами, зображеннями тощо. Недарма Ю. Лотман назвав місто «плавильним котлом із безлічі кодів і текстів» (Лотман, 2000). Мова міста включає в себе не лише візуальну, а й також звукову, нюхову, тактильну інформацію, закладену в архітектурний простір. Наприклад, характерними звуками для Львова є дзеленчання трамваїв, звук руху транспорту по бруківці, спів вуличних музикантів ввечері, шум фонтанів. Як приклад можна навести простір площі Митної, де зустрічаються усі вищеперелічені звуки. З початком повномасштабного вторгнення росії в Україну невід'ємною частиною звуків у місті стали сирени повітряної тривоги.


П Р И Н Ц	ІЄРАРХІЧНИЙ РІВЕНЬ		
	ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР	АРХІТЕКТУРНИЙ ОБ'ЄКТ	ЕЛЕМЕНТ ОЗДОБЛЕННЯ
ПОЛІВАРІАТИВНІСТЬ	 Площа Митна	 Арена «Львів»	 Кава на виніс
ДИНАМІЧНІСТЬ	 Площа Двірцева	 Готель на вул.Шухевича	 Зарядка електромобілів
ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ	 Пішохідна Руданського	 Futura Hub	 Графіті
АВЕНТИЧНІСТЬ	 Площа Ринок	 Будинок на Підвальній	 Мозаїка «Океан»
МЕМОРІАЛЬНІСТЬ	 Героїв Небесної Сотні	 Палац Потоцьких	 Пам'ятник ЗУНР
ТЕХНОЛОГІЧНІСТЬ	 Площа перед Оперним	 ТЦ «Forum Lviv»	 Вікна-екрани

Рис. 3.1.3. Приклади прояву принципів медійності на різних ієрархічних рівнях Львова (рисунок автора)

Також звук у просторі може асоціюватись з конкретним об'єктом, як, наприклад, зі стадіоном «Арена Львів», біля якої звуки футбольних вболівальників точно ні з чим не сплутати. Щодо запахів, то Львів найчастіше пов'язують із запахом кави, тож це стосується усіх кав'ярень та пунктів приготування кави на виніс. Тактильну інформативність образу міста надають залишки його середньовічних мурів, шорсткі поверхні ренесансних кам'яниць, блискуча поверхня бруківки.

Мова міста – це універсальна множинність елементів культури міста, що об'єднані його індивідуальністю (Patron, 2013). Місто як складний семіотичний механізм може бути ним тільки тому, що воно є сукупністю текстів і знаків, які по-різному влаштовані, належать до різних мов і різних рівнів і постійно змінюються. Маючи у собі різні соціальні, національні, культурні тексти, місто здійснює їх різноманітні комбінації та гібридизації. Будь-який простір постійно змінюють, переосмислюють та наділяють новими значеннями, тож можемо назвати мову міста *динамічною*.

Зміни медійності архітектури можна розглядати як на протязі її історичного розвитку, так і в межах конкретного періоду часу (в лінгвістиці – в як в межах діакронії, так і синхронії). Архітектура різних історичних епох включає в себе чимало повідомлень, що транслюють історію міста та цінності його мешканців. Ми спостерігаємо, як місто трансформується в процесі заміщення одного світогляду іншим.

Сьогодні динаміку в мові міста Львова можемо простежити на прикладі змін внесення змін у громадський простір площі Двірцевої перед головним залізничним вокзалом. У 2021 році площу реконструювали, по-новому організували простір та додали сучасні елементи міського дизайну, що відповідно змінило її інформативну сутність. Прикладом динаміки мови на рівні архітектурного об'єкта є скляний готель на вул. Шухевича, який з'явився у історично сформованому середовищі, змінивши його вигляд та перетягнувши на себе всю увагу в просторі. До динаміки на рівні елемента оздоблення можна віднести компоненти, які спрощують життя мешканців та забезпечують потреби сьогодення. У просторі Львова - це станції зарядки

електромобілів, зупинки громадського транспорту з цифровими табло, сучасні питні фонтани тощо.

Бінарні опозиції мови міста автотекстуальність та інтертекстуальність визначають відсутність або наявність взаємодії між мовами різних міст, оскільки міському середовищу властива, з одного боку, закритість, а з іншого - відкритість. Для сучасних українських міст, зокрема Львова, властива міжмовна *інтертекстуальність*, спричинена впливом англійської мови. Все частіше в міському просторі стикаємося зі словами іншомовного походження та неологізмами (новоствореними термінами), які не всі розуміють. Прикладом є популяризація хабів та коворкінгів у Львові. Одним із найвідоміших є центр «Futura Hub», який вирішує одну із сучасних проблем суспільства, а саме потребу у місці для роботи фрілансерів. Футуристичні форми будівлі, матеріали та інтеграція екранних засобів на фасадах свідчать про сучасність даного об'єкта, водночас вирізняючи його серед звиклої для мешканців забудови.

Дуже суперечливим та новим елементом міського дизайну є графіті, які наприкінці ХХ століття радикально увірвались в простори Львова. Це той випадок, коли складно побачити різницю між мистецтвом та вандалізмом.

Прикладом інтертекстуальності мови на рівні громадського простору є перетворення транспортних вулиць на пішохідні та звуження доріг для зменшення кількості автомобілів у центральній частині міста та надання пріоритету пішоходам в історичному середовищі. Такий прийом вже давно є нормою у Європі, проте у Львові його почали застосовувати нещодавно і він зазнає багато критики та несхвалення мешканцями. Одним із вдалих прикладів реалізації цього прийому є реконструкція вулиці Руданського, яка стала виглядати значно приємніше та затишніше, ніж раніше.

Важливим поняттям у дослідженні мови для лінгвістів є диференційні діалекти, які роблять мову унікальною для конкретної місцевості. Базою для мови міста Львова є його рідний наддністрянський говір, в якому переплітаються діалектний і літературний сегменти мови. Розвиток сучасної мови Львова розпочався наприкінці 90-х років минулого століття і триває досі, що пов'язано не лише з активною міграцією сільського населення до міста, а і з цікавістю людей до діалектної мови.

Інтеграція діалектизмів у медійність міського простору є свідченням про автентичність мови міста та самоусвідомлення його мешканців як нації. Діалектний сегмент мови Львова формують назви кав'ярень, наприклад «KREDENS-KAFE», «Лігумінка», «На бамбетлі», «Цвібак», «Цукерня»; ресторанів «Гасова лампа», «Спацер на даху», «Шкоцька», «Криївка»; магазинів: «Файні льоди», «Львівські пляцки», «Чоколядка», «Буденні бомбони» та ін. Дія діалектизмів найяскравіше проявляється в громадській архітектурі, що пов'язано з її високим рівнем насиченості комунікації із мешканцями та гостями міста.

Умови інтенсивного розвитку містобудівного середовища породжують проблему збереження та ефективного використання традиційних громадських просторів. Ці простори несуть в собі *автентичність*, яка забезпечує єдність міського середовища та запобігають його уніфікації. Автентичність створює неповторний колорит міста, виконує ідентифікаційну функцію, що базується на приверненні уваги до міста. Саме історичні простори, архітектурні об'єкти та елементи є найважливішими компонентами мови міста. Говорячи про автентичність мови міста, варто також наголосити на важливості збереженні історії. У Львові велике значення надають історичним пам'яткам та їх збереженню, адже саме вони формують його унікальний образ та відрізняють його мову від інших. Згідно з проведеним опитуванням серед мешканців та гостей Львова найбільше асоціацій з містом викликають саме його історичні об'єкти (Оперний театр, площа Ринок, храм Ольги та Єлизавети, Домініканський собор, палац Потоцьких та Львівський вокзал). Однак, важливо, щоб вони не ставали мертвими туристичними об'єктами, а продовжували розвиватися та бути наповненими життям та емоціями.

Велика кількість об'єктів у Львові присвячена пам'яті певних історичних подій, тому принципом медійності є *меморіальність*. Найбільше емоційний відклик у людей створюють об'єкти, присвячені трагічним подіям. Одним із таких просторів у Львові є Меморіал Героїв Небесної Сотні. Це сучасний концептуальний простір, у який закладено метафори, пов'язані із трагічними подіями у 2014 році. З урахуванням ситуації в Україні у 2022 році, можемо спрогнозувати виникнення у кожному українському місті не одного такого меморіалу, пов'язаного з втратами під час війни.

Архітектурні об'єкти, які проіснували певний проміжок часу, автоматично є меморіалами своєї історії (палац Потоцьких). Як окремий вид меморіальних будівель варто згадати музеї, які найчастіше виконують функцію збереження та демонстрації історичної спадщини.

На рівні елементів оздоблення найпоширенішим втіленням меморіальності пам'ятники на честь певних людей чи подій (наприклад, пам'ятник ЗУНР). Також до них належать меморіальні таблички та навіть назви вулиць чи площ.

Вимоги до сучасного міста постійно збільшуються, у сьогоденні в міське середовище активно інтегруються новітні технології, які вони повинні пропонувати актуальну та структуровану інформацію. Тож ще однією ознакою мови міста можемо вважати *технологічність*. Все частіше у просторі Львова зустрічаються медіафасади, екрани, цифрові вивіски. Найбільше критики ці засоби зазнають на історичних фасадах. Хорошим прикладом технологічності мови міста є реконструкція фонтану перед Оперним театром у 2020 році, для якого використали новітні технології, які дозволяють відтворювати музичні композиції, та системи RGB та LED освітлення. Також у фонтані встановлена метеостанція, що аналізує напрямок вітру та вологість повітря і відповідно регулює висоту струменів води. Найоптимальнішим є використання технологічних засобів інформативності у сучасній архітектурі, наприклад на фасадах офісів чи торгових центрів («Forum Lviv»). На таких фасадах сучасне освітлення та мультимедійні засоби виглядають органічно та підкреслюють унікальність художнього образу будівлі.

Виявлені принципи формування медійності архітектури та громадських просторів є необхідними для врахування у сучасній архітектурній практиці, адже являють собою систему важливих характеристик, якими мають бути наділені нові об'єкти та простори міст.

3.2. Медійна модель формування архітектури та розвитку просторів міст.

Оскільки медійність архітектури та просторів має тісний зв'язок із різними науковими сферами, доцільним є створення медійної моделі формування архітектури

та просторів міст, що є поєднанням різнодисциплінарних підходів до вивчення даної теми (рис.3.2.1).

З погляду **структурної лінгвістики** медійність є структурованою цілісністю. Як і мова міста, лінгвістична мова має свої ієрархічні рівні: фонemi, морфemi, лексеми, синтаксеми, кожен з яких можна класифікувати за певними характеристиками. Лінда С. М. на основі порівняння знакових систем вербальної та архітектурної мови довела доцільність застосування філології у теорії архітектури (Лінда, 2012а), що є підставою для використання деяких лінгвістичних класифікаторів для медійності архітектури. Тож на визначених ієрархічних рівнях дослідження медійності (простір, об'єкт, елемент) можемо здійснювати класифікацію за будовою, значенням, взаємозв'язками, вживанням.

За будовою архітектурні складові, як і лінгвістичні, поділяються на прості та складні. Різниця між ними полягає у тому, що складні фрагменти доповнюються цитатами або звертанням. На перший погляд їх важко зауважити, але часто в архітектуру інтегруються структури, запозичені з інших будівель. Найвиразніше прийом цитування можна побачити на прикладі постмодерністської архітектури, коли художній образ об'єктів формувався із фрагментів, властивих попереднім архітектурним стилям. Прийом звертання завдяки архітектурним фрагментам безпосередньо полягає у комунікативній функції архітектурного середовища. Це дає можливість донести до мешканців певну інформацію та вплинути на їх свідомість.

За значенням архітектурні складові можуть бути акцентними або наголошеними, тоді як інші залишаються на задньому плані, залишаючись ненаголошеними. Як і у лінгвістиці, за взаємозв'язками складові архітектури можуть виступати синонімами (бути подібними), антонімами (контрастувати), омонімами (мати однаковий вигляд, але різне значення), паронімами (мати схожий вигляд, але різне значення). За вживанням архітектурні складові поділяються на активні (такі, що часто застосовуються) та пасивні (рідко зустрічаються). Останні теж можемо поділити за правилами лінгвістики на застарілі (ті, які застосовувались раніше, але зараз втратили актуальність), неологізми (нові деталі), діалектизми (властиві для конкретного регіону).

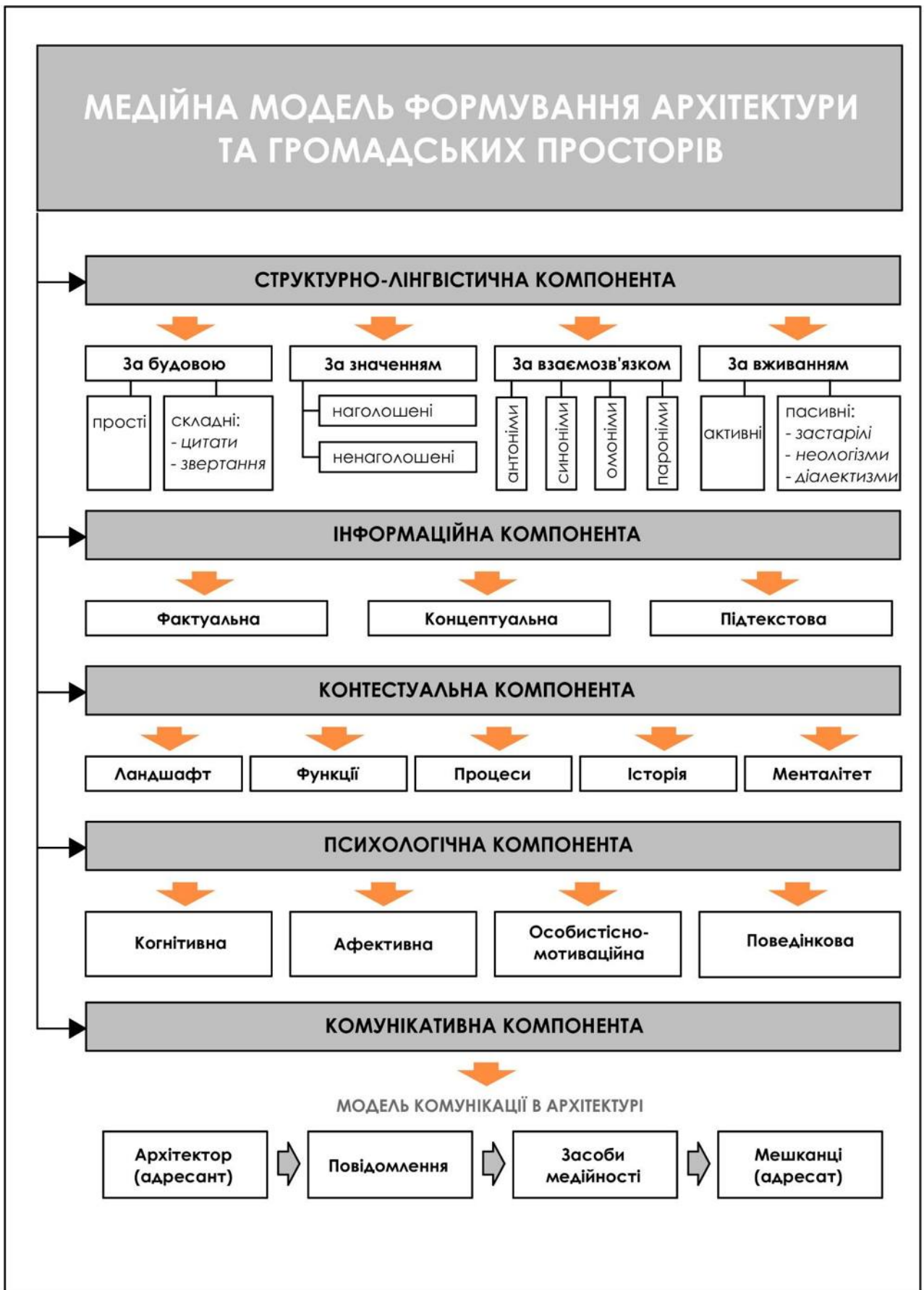


Рис.3.2.1. Медійна модель формування архітектури та громадських просторів
(рисунок автора)

Завданням структурної лінгвістики є дослідження граматичних структур, так само як завданням архітектурної теорії є вивчення структур кожного ієрархічного рівня. Ознаками оптимальної граматичної структури у лінгвістиці прийнято вважати простоту, повноту і логічну несуперечність, що теж є доцільним у архітектурному проектуванні.

Оскільки метою медійності архітектури є трансляція інформації, тому комплексна модель формування медійності включає **інформаційну** компоненту. Інформацію можна передавати як надмірним використанням засобів медійності (експліцитно), так і обмеженим (імпліцитно).

Виділимо три види інформації, адже медійність не передає лише буквальну інформацію, а й містить асоціації та конотації, що можуть бути частково неусвідомлюваними (Гальперин, 1981):

- Фактуальна інформація передає конкретний опис подій, фактів та процесів, що відбуваються в реальному світі. Ця інформація є явною та виражена буквально в предметно-логічних значеннях на основі досвіду;

- Концептуальна інформація - це індивідуальне авторське розуміння відношень між явищами, описаними в першій формі інформації. Вона передає задум автора, його інтенцію та сприйняття читачем зв'язків між причинами та наслідками, а також їх значущість в соціальному, політичному та культурному житті суспільства;

- Підтекстова інформація - імпліцитний зміст тексту, що базується на здатності мовних одиниць породжувати асоціативні та конотативні значення, а також на здатності поєднань архітектурних елементів створювати нові смисли.

Специфіка реалізації інформативності архітектури залежить від **контексту** комунікативної ситуації в середовищі, оскільки архітектура не існує відокремлено від свого оточення, а взаємодіє з ним.

На основі результатів досліджень, наведених у розділі II, з'ясовано, що найбільший вплив на медійність архітектури та громадських просторів мають: ландшафтні, композиційні, функціональні, процесуальні, історичні та ментальні чинники. Архітектурна практика повинна враховувати їх для досягнення гармонії між будівлею та її оточенням.

Вплив архітектурного середовища на психіку мешканців можна продемонструвати за допомогою елементів **психологічної** компоненти (Грабовська & Липецька, 2020):

- Когнітивний аспект: включає сприйняття архітектурного простору, формування його образу та ставлення до нього, виникнення системи символів та значень;

- Афективний аспект: охоплює емоційне ставлення до середовища та його оцінку за критеріями «подобається/не подобається», «прекрасне/потворне», «моє/не моє», можливість відчуття емоційної напруги або релаксації;

- Особистісно-мотиваційний аспект: включає задоволення потреб безпеки, приналежності, самореалізації, особистісного росту тощо;

- Поведінковий аспект: визначає сприяння чи перешкоду різним видам діяльності, спілкуванню тощо.

В основі розуміння будь-якої мови, в тому числі мови міста, лежить модель **комунікації**, яка також потребує детальнішого дослідження. Аналіз медійності Львова показує, що комунікація в архітектурному середовищі складається з таких складових, як адресант, адресат, повідомлення, контекст та засоби комунікації (Sadri & Flammia, 2013). В даному випадку адресантом виступає архітектор, який здійснює підбір засобів комунікації, враховуючи контекст середовища, і використовує їх таким чином, щоб стало можливим правильне розшифрування його повідомлення адресатом, а саме мешканцем міста (рис.3.2.2).

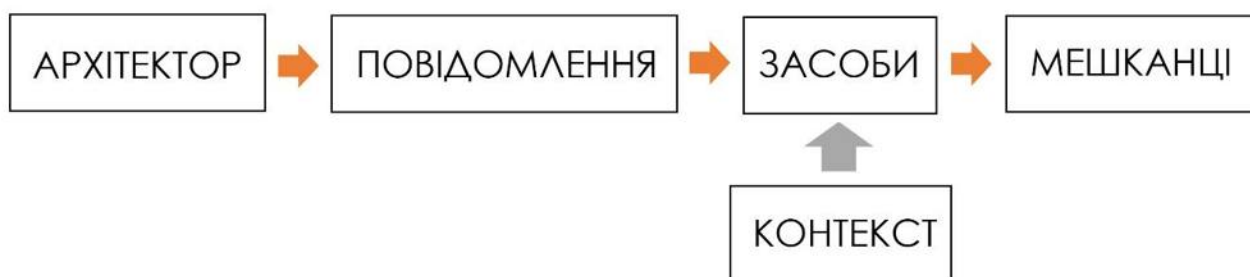


Рис.3.2.2 Модель комунікації у мові міста (рисунок автора)

Одним з ключових факторів при створенні моделі комунікації в архітектурному середовищі міста є забезпечення зручного доступу до інформації для мешканців та відвідувачів міста. Це може бути досягнуто за допомогою різних інформаційних засобів, таких як інформаційні таблички, дисплеї на вулицях тощо. Також важливо враховувати потреби різних груп мешканців міста, таких як люди з обмеженими можливостями, старші люди та діти. Наприклад, робота над створенням безбар'єрного доступу до громадських просторів міст може покращити якість життя цих груп населення. Ще одним важливим елементом моделі комунікації в місті є гарантія безпеки на дорогах та в громадських місцях. Це можна зробити за допомогою зручних пішохідних переходів, велосипедних доріжок, систем відеоспостереження та ефективної роботи місцевої поліції.

Середовище міста є зразком системи не лише за комплексними характеристиками, але і з точки зору їх цінності. Медійність архітектури та міських просторів має подвійну цінність: матеріально-практичну (фізичну) та інформативно-естетичну (ментальну), адже вона забезпечує здатність людини орієнтуватись в просторі та організовувати в ньому свою життєдіяльність.

3.3. Методики аналізу, оцінки та обґрунтування рішень щодо медійності архітектури та громадських просторів.

Медійність архітектури полягає в її здатності виражати різні ідеї, концепції та повідомлення. Завдяки своїм матеріальним проявам архітектура може передати різні емоції, створити атмосферу та відображати соціальні, культурні та історичні контексти.

Медійний підхід до аналізу архітектури базується на ідеї, що архітектура є мовою, що використовується для взаємодії з людьми, які сприймають, розуміють та інтерпретують її повідомлення. Це реалізується через використання різних мультисенсорних засобів, таких як світло, звук, зображення тощо. Крім того, мова архітектури трактується як система знаків, що містить свої правила для її використання та інтерпретації. Як було з'ясовано у розділі II, ці правила залежать від

ландшафтно-просторових, архітектурно-естетичних та соціально-культурних чинників.

Медійний підхід передбачає розгляд архітектурного середовища як мови зі своєю граматикою та структурою. Кожен архітектурний елемент має свій власний зміст та сприймається користувачами унікальним чином.

Вивчаючи медійність архітектури, варто розглядати її як систему комунікаційних засобів, що має значний вплив на людей та навколишнє середовище. Цей підхід дозволяє досліджувати архітектуру не як просто функціональний об'єкт, але і як засіб вираження культури та ідентичності.

Дані методики дослідження ґрунтуються на медійній моделі формування архітектури громадських просторів та є корисними для розкриття складних концепцій, що передаються через мову міста, та допомоги архітекторам відтворити їхні ідеї у проектній практиці.

Проведення **аналізу** медійності архітектури передбачає такі кроки (рис.3.3.1):

1. **Аналіз структури медійності архітектури та просторової граматики:** виявлення архітектурних одиниць на різних ієрархічних рівнях у структурі мови міста згідно лінгвістичних класифікацій за будовою, значенням, взаємозв'язками, вживанням. На цьому етапі також визначаються взаємодії структурних компонентів медійності як в межах одного об'єкта, так і зв'язки між архітектурними об'єктами в масштабі міського простору.

2. **Аналіз змісту інформації:** виявлення інформації, яку надає медійність архітектури та просторів міст у трьох площинах: фактуальній, концептуальній та підтекстовій.

3. **Аналіз контексту архітектури:** дослідження контекстуальних чинників середовища, що впливають на медійність архітектури на основі методів спостережень, опитувань, вивчення інформаційних джерел. До розгляду пропонуються ландшафтні, композиційні, функціональні, процесуальні, історичні та ментальні чинники, оскільки було визначено, що саме вони мають найбільш суттєвий вплив на медійність архітектури та просторів.



Рис.3.3.1. Послідовність методики аналізу медійності архітектури та громадських просторів (рисунок автора)

4. Психологічний аналіз: дослідження того, як люди сприймають архітектуру та як вони взаємодіють з нею на основі визначення таких аспектів медійності, як когнітивний, афективний, особистісно-мотиваційний та поведінковий. Дослідження можуть включати як традиційні методи (опитування та спостереження), так і новітні експериментальні методи (сканування мозку апаратом МРТ при демонстрації зображень, відслідковування руху очей, використання віртуальної реальності, аналіз на основі розгляду соцмереж). Це використовується для вивчення того, як люди розуміють та інтерпретують мову архітектури.

Психологічний аналіз включає в себе декілька етапів:

- Визначення дослідницьких запитань: на цьому етапі дослідники формують питання, на які вони хочуть отримати відповіді за допомогою когнітивного аналізу.

Наприклад: «Як люди розуміють метафори в архітектурі?»

- Вибір досліджуваних об'єктів: на цьому етапі дослідники вибирають конкретні зразки, які вони хочуть проаналізувати. Наприклад, обирають будівлі, у які закладено певні метафори.

- Демонстрація зразків: на цьому етапі зразки показують групі людей та досліджують їх за допомогою когнітивних методів, таких як асоціаційні експерименти, експерименти зі сприйняттям, експерименти зі згадуванням.

5. Аналіз комунікації: виявлення елементів комунікації в архітектурному середовищі згідно комунікаційної моделі, що полягає у визначенні адресанта (архітектора), адресата (мешканців), повідомлення, контексту та засобів комунікації (засобів медійності).

Аналіз медійності архітектури та просторів є підставою для її **оцінки** за визначеною послідовністю (рис.3.3.2):

1. **Оцінка структурних елементів медійності архітектури та їх просторової граматики:** визначення того, які із проаналізованих архітектурних одиниць на різних ієрархічних рівнях у структурі мови міста, а також їх взаємозв'язків, мають найбільш/найменш виражені ознаки медійності та є доцільними у подальшому використанні в архітектурній практиці.



Рис.3.3.2. Послідовність методики оцінки медійності архітектури та громадських просторів (рисунок автора)

2. **Оцінка змісту інформації:** здійснюється оцінка інформаційного змісту архітектурного об'єкту чи простору, зокрема, його здатності передавати певні ідеї, концепції, цінності. Оцінка інформації в архітектурі також пов'язана з функціями об'єкта та здатністю їх транслювати. Визначається корисна та актуальна інформація, що виражається архітектурою та просторами у проаналізованих площинах (фактуальній, концептуальній та підтекстовій). При цьому варто пам'ятати про критичне сприйняття будь-якої інформації та врахування динамічного характеру повідомлень.

3. **Оцінка контексту архітектури:** оцінка відображення у архітектурі та просторах міст контекстуальних чинників середовища та визначення ступеня та характеру їх впливу на медійність архітектури за допомогою методу порівнянь.

4. **Психологічна оцінка:** інтерпретація результатів аналізу та формування висновків дослідження на основі функціональної моделі впливу медійності на психіку людини. На цьому етапі здійснюється виявлення позитивних, негативних та нейтральних якостей когнітивного, афективного, особистісно-мотиваційного та поведінкового аспектів психологічної компоненти медійності архітектури та просторів.

5. **Оцінка комунікації:** дослідження спілкування в архітектурному середовищі з метою його оцінки та виявлення особливостей. Метод полягає у постановці ряду питань за прикладом Оле Хольсті (Holsti, 1969) до кожного елемента у моделі комунікації в архітектурному середовищі. За кожним із цих питань розвивається цілий напрям отриманих результатів, що дозволяє більш якісно оцінити характер комунікації та визначити її особливості (табл.3.3.1).

Табл.3.3.1. Оцінка комунікації в архітектурі.

Особливості комунікації для оцінки	Елемент комунікації	Питання	Результати аналізу
Характер комунікації	Повідомлення	Що?	Виявлення повідомлень в архітектурному просторі Опис інформації в мові архітектури
	Архітектурні засоби	Як?	Виявлення засобів передачі інформації Аналіз стилю передачі інформації Виявлення тенденцій у формуванні медійності архітектури та просторів
	Мешканці	Кому?	Опис цільової аудиторії Зіставлення відомих характеристик цільової аудиторії та повідомлень для неї
Причини комунікації	Контекст	Чому?	Актуальність та доречність інформації
	Архітектор	Хто?	Встановлення особистості архітектора, з'ясування його поглядів
Ефекти комунікації	Мешканці	Який результат?	Оцінка сприйняття, розуміння та інтерпретації повідомлення людьми Оцінка реакції на повідомлення

Згідно даної таблиці можемо доповнити модель комунікації в архітектурі питаннями до кожного її елемента. Таким чином, її вигляд наведено на рис.3.3.3:

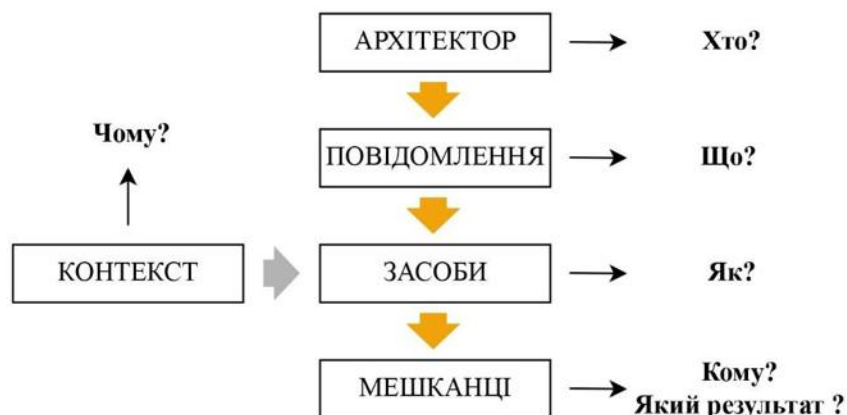


Рис.3.3.3. Модель комунікації в архітектурі з питаннями до її елементів (рисунок автора)

Аналіз та оцінка медійності архітектури та просторів дозволяє застосувати результати для **обґрунтування проектних рішень**, що полягає у створенні наукового підґрунтя для творчих пошуків. Методика включає наступні етапи (рис.3.3.4):

1. **Постановка задачі медійності та визначення змісту інформації:** визначення загальних цілей проекту та інформацію, яку повинен транслювати майбутній об'єкт. Коректне формулювання задачі медійності сприяє її успішному вирішенню.

2. **Передпроектний аналіз та оцінка просторової ситуації:** дослідження контексту середовища, що полягає у аналізі чинників, які впливають на майбутній об'єкт. До них відносяться ландшафтні, композиційні, функціональні, історичні, соціологічні, ментальні, процесуальні чинники. Передпроектний аналіз допомагає здійснити оцінку просторової ситуації, що полягає у виявленні сильних та слабких сторін середовища, можливостей і загроз для ділянки проектування, а також дає відповіді на ряд запитань, зокрема уточнює цілі архітектурного проектування.

3. **Визначення цілей психологічного впливу:** встановлення того, як простір буде використовуватись для взаємодії з людьми, адже важливою для позитивного сприйняття людьми майбутнього об'єкту є психологічна компонента медійності. Це дозволить проектувати простір з урахуванням потреб сприйняття користувачів. На цьому етапі необхідно закласти сутність когнітивного, афективного, особистісно-мотиваційного та поведінкового аспектів, які формуватимуть відчуття та емоції в людей при контакті із майбутнім об'єктом чи простором.

4. **Розробка концепції проекту:** на цьому етапі архітектор розробляє концептуальну модель будівлі, яка відображає ідеї, що стоять за проектом. Концепція повинна відповідати цілям проекту та враховувати контекст.

5. **Визначення засобів та структурних елементів медійності:** на основі розробленої концепції здійснюється підбір оптимальних засобів медійності, які зможуть найкращим чином передати необхідну інформацію та перетворити проєктований об'єкт на повноцінний елемент комунікації.



Рис.3.3.4. Послідовність методики обґрунтування рішень щодо формування медійності архітектури та громадських просторів (рисунок автора)

Даний етап також включає структурування проекту на ієрархічні архітектурні одиниці та їх класифікацію для кращого розуміння ролі кожної із них при формуванні медійності майбутнього об'єкту.

6. Прогнозування впливу та характеру комунікації: даний етап є завершальним при обґрунтуванні медійності проектного рішення. Він передбачає прогнозування впливу проекту на існуюче середовище та його мешканців, а також перевірку проекту на відповідність встановленим цілям. Для встановлення точніших прогнозів важливим є проведення соціологічних опитувань.

На основі даної методики процес формування медійності в архітектурному проектуванні зводиться до трьох складових: ідея, форма, значення. При створенні медійності архітектури можемо провести аналогію із семантичним трикутником Г. Фреге, зобразивши узагальнений алгоритм проектного процесу на рис.3.3.4.

Відповідником десигнату в архітектурному проектуванні є форма, яка сприймається спостерігачем. Денотатом у даній схемі виступає ідея, що закладається у форму архітектором і є об'єктом для розуміння. Як результат вираження ідеї через форму утворюється значення, що інтерпретується у свідомості спостерігача. Варто зауважити, що форма відноситься до матеріального рівня медійності у даній схемі, тоді як ідея та її значення – до ментального.

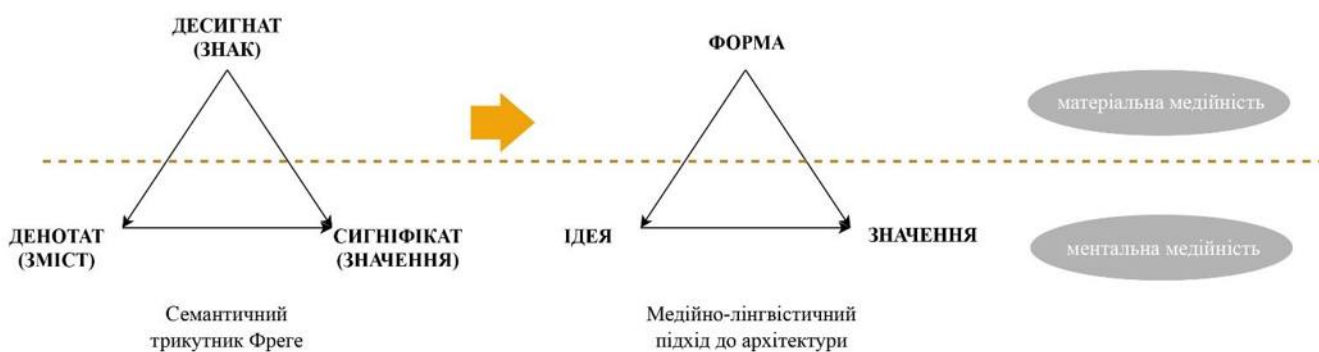


Рис.3.3.4. Медійний підхід до архітектурного проектування згідно з трикутником Фреге (рисунок автора)

Відповідно процес формування медійності включає три етапи (рис.3.3.5).



Рис.3.3.5. Етапи формування медійності (рисунок автора)

Першим етапом є розробка ідеї майбутнього об'єкта або простору та її обґрунтування за допомогою нематеріальних аспектів, які визначають його медійність. У цьому процесі важливо враховувати результати аналізу структури та граматики мови міста, контексту середовища, змісту інформації в майбутньому об'єкті та встановити особливості його комунікації з людьми.

На другому етапі вибираються матеріальні аспекти формування медійності, такі як архітектурні засоби, матеріали та технології, які втілюють ідею в конкретну форму. Внаслідок цього формується сама медійність об'єкта або простору, яка включає фізичні та ментальні прояви. Застосування методів 3D-моделювання дозволяє прогнозувати та відкоригувати медійність на етапі проектування.

На завершальному етапі отримуємо значення, яке надають люди створеному об'єкту. Воно дає можливість оцінити характер інтерпретації мешканцями нового об'єкта та порівняти її із початковою ідеєю, закладеною архітектором.

3.4. Практичні рекомендації та апробація результатів щодо формування та розвитку медійності об'єктів та громадських та просторів.

Ключовим аспектом у формуванні медійності сучасних архітектурних просторів стало впровадження у них інформаційних технологій та засобів інформації комерційного характеру. Перенасичення архітектури інформацією є проблемою для сучасних просторів міст. Для уникнення цієї проблеми варто створювати нові проектні рішення з логічною, чітко визначеною структурою. Зайві елементи та деталі

можуть викликати нерозуміння та перенасиченість. Об'єкт має мати чітко визначені функції та місця для їх виконання. Правильне використання простору робить будівлю більш зрозумілою та ергономічною. Обов'язковим є дотримання містобудівних умов та обмежень щодо об'ємно-просторового вирішення об'єктів. Грамотний підбір матеріалів та кольорів допомагає візуальному сприйняттю об'єкта та розумінню його медійності. Необхідно також ретельно відбирати технології та засоби передачі інформації, які використовуються в будівлі, та забезпечувати їх зручне розташування та доступність. Важливо враховувати їхній естетичний вигляд, щоб не порушувати цілісність існуючого середовища.

Процес розвитку міста завжди супроводжується новим будівництвом, яке знаходить своє місце в різних аспектах міського планування. Це включає знесення старих структур, інтеграцію нових об'єктів в історичне середовище, реконструкцію громадських просторів тощо. Практика збереження та оновлення міського середовища допомагає сформулювати загальну стратегію, яка полягає у тому, що основним об'єктом формування та розвитку медійності є не окрема будівля, а весь прилеглий простір міського середовища.

Для розвитку медійності історичних просторів міста важливим є врахування просторових взаємозв'язків проектних рішень із міським ландшафтом. Необхідно зберігати вже сформовані планувальні та композиційні особливості середовища, такі як силуети існуючої забудови та її композиційні характеристики, адже вони надають медійності міста свою унікальність. Тому створення концепцій для взаємодії старих і нових архітектурних об'єктів у міському середовищі можливе завдяки аналізу та оцінці медійності існуючого середовища, які ґрунтуються на розпізнанні цінності історичного середовища і його збереженні як естетичної та інформаційної системи міста.

Медійність в архітектурі також передбачає врахування етичних правил у проектуванні. Толерантність в архітектурі означає здатність архітектури враховувати різноманітні культурні, соціальні, економічні та інші фактори, які впливають на користувачів та мешканців простору, забезпечувати зручне і безпечне середовище для всіх та не дисонувати з існуючим середовищем (Габрель & Габрель, 2020). Це

означає, що архітектура має бути досить гнучкою та адаптивною, щоб враховувати потреби та практики різних культурних груп, релігій, етнічних спільнот та інших соціальних груп. Наприклад, архітектор може розглядати особливості традиційного житла певної культури, коли проектує новий житловий будинок для цієї культури.

Толерантність також вимагає забезпечення рівних можливостей для всіх користувачів та мешканців. Це може означати врахування потреб людей з обмеженими можливостями, таких як використання різних підйомників та ремонтних заходів для інвалідів, а також створення вільного доступу до будівель та облаштування відкритих просторів. Загальне правило толерантної архітектури полягає в тому, що будь-який простір чи будівля має враховувати потреби різних груп користувачів. Такий підхід забезпечує створення толерантних просторів для всіх, хто з ними взаємодіє.

Прикладом формування медійності архітектурного об'єкта та розвитку медійності міського простору за розробленими методиками аналізу, оцінки та обґрунтування рішень може служити проектна пропозиція коворкінг-центру вул. Старій, 3 у місті Львові (рис. 3.4.1), виконана автором в межах магістерської кваліфікаційної роботи. Місто Львів, завдяки своєму різноманітному і вражаючому архітектурному спадку, ідеально підходить для реалізації інноваційних архітектурних проектів щодо розвитку медійності міського простору.

Проектування нового об'єкту в історичному центрі міста є великою відповідальністю і вимагає застосування методики обґрунтування проектного рішення щодо його медійності:

1. *Постановка задачі медійності та визначення змісту інформації:*

Мета проекту полягає у створення об'єкта, який може пов'язати минуле з теперішнім, та наданні простору семантичного змісту та цінності. Медійність даного простору повинна транслювати повагу до існуючого середовища, зв'язок із українською культурою та виконувати актуальну для сьогодення функцію. Оскільки в останні роки набувають актуальності коворкінг-центри у світі та в Україні зокрема, тому було вирішено запроектувати коворкінг-центр в історично сформованому середовищі міста.



*Рис.3.4.1. Топографічне знімання з містобудівними обмеженнями
проектованої ділянки*

Проект повинен враховувати містобудівні обмеження та історичний контекст. Проектування акцентується на гармонійному впровадженні та підпорядкуванні нової будівлі існуючому середовищу. Нова структура повинна доповнити історичний характер середовища, узгоджуючись з ним щодо планувальної організації і масштабів. При проектуванні на даній ділянці важливо дотримуватися норм та вимог доступності для маломобільних груп населення.

2. Передпроектний аналіз та оцінка просторової ситуації:

Здійснено аналіз таких чинників впливу на медійність проєктованого середовища, як ландшафтні, композиційні, функціональні, історичні, соціологічні, ментальні, процесуальні (рис.3.4.2).

Ділянка для проектування знаходиться в серці історичного центру міста і межує з вулицями Городоцькою та Богдана Хмельницького, які є міськими магістралями. Площа території ділянки проектування - 0,73 га. Ландшафт антропогенний. Спостерігаються незначні вкраплення озеленення.

ПЕРЕДПРОЕКТНИЙ АНАЛІЗ ПРОСТОРОВОЇ СИТУАЦІЇ

СХЕМА РОЗМІЩЕННЯ КОВОРКІНГ-ЦЕНТРІВ В МЕЖАХ ЛЬВОВА

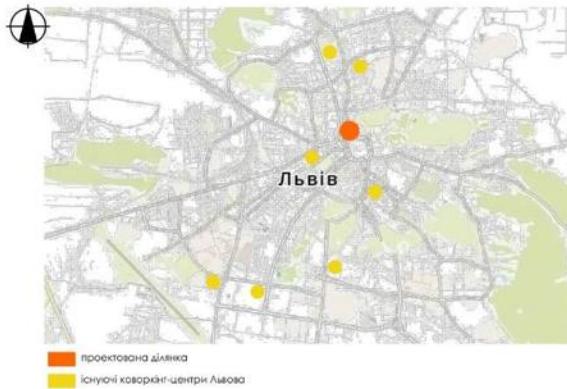


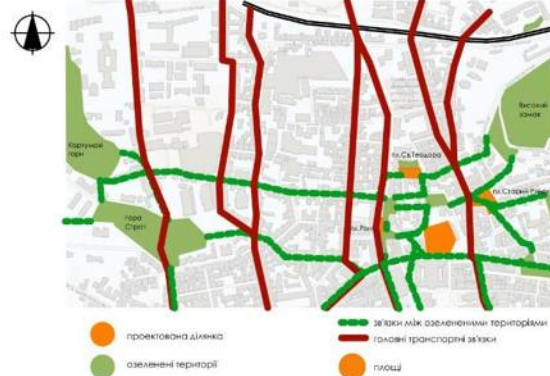
СХЕМА ТЕРИТОРІЇ СВТОВОЇ СПАДЩИНИ ЮНЕСКО



СХЕМА ІСТОРИКО-АРХІТЕКТУРНОГО ЗОНУВАННЯ



СХЕМА МЕРЕЖІ ЗВ'ЯЗКІВ



РОЗПОДІЛ ФУНКЦІЙ В БЛИЗЬКОМУ ОТОЧЕННІ ДІЛЯНКИ



СХЕМА РОЗМІЩЕННЯ ПАМ'ЯТОК АРХІТЕКТУРИ



СХЕМА ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ



СХЕМА ПІШОХІДНИХ І ТРАНСПОРТНИХ ЗВ'ЯЗКІВ



СХЕМА ОЗЕЛЕНЕННЯ



ОПОРНИЙ ПЛАН



Рис.3.4.2. Передпроектний аналіз просторової ситуації на вул.Старій,3 у місті Львові (рисунок автора)

Ділянка для проектування розташована в межах простору, включеного до Списку Світової Спадщини ЮНЕСКО. Визначено композиційні доміанти простору, які є архітектурними пам'ятками: драматичний театр імені Марії Заньковецької, Львівський оперний театр, ляльковий театр та костел Марії Сніжної. В радіусі доступності розташована Стара Ринкова площа, а також найдавніший храм Львова - костел Івана Хрестителя. Неодмінно варто зазначити наявність ряду ключових функціональних об'єктів, таких як Перша львівська медіатека, готель "Львів", торгово-офісний комплекс "MAGNUS" і нічний клуб "Малевич".

Важливо відзначити історію обраної земельної ділянки. У 90-х роках фірма «Галінвест», яка представляла ініціативу українсько-австрійського підприємства, розпочала тут будівництво п'ятизіркового готелю «Золотий Лев». Проте, через погіршення економічної ситуації в країні будівництво зупинилося на етапі влаштування цокольного поверху. Фінансування не відновили, і учасники товариства запропонували використовувати даний об'єкт як тимчасовий ринок «Добробут» (рис.3.4.3), медійність якого перенасичена хаотичними рекламними вивісками, які дисонують як одна з одною, так і з навколишнім простором. Початково планувалося, що ринок буде працювати до 2001 року, проте по факту він функціонував до 2022 року, коли його було демонтовано і на його місці споруджено супермаркет «Арсен». Необхідно зазначити, що наведена проектна пропозиція була розроблена у 2021 році.



Рис.3.4.3. Вигляд ринку «Добробут» у 2021 р. (фото автора)

Ділянка розташована у центрі, де зосереджується громадське та ділове життя Львова. Відповідно тут щодня проходять тисячі людей, тож важливим є створення комфортного середовища без перевантаження інформацією, якої тут є достатньо за рахунок наявності рекламних банерів, афіш, цифрових екранів, табло, вітрин тощо.

Оцінка просторової ситуації полягає у виявленні сильних та слабких сторін середовища, можливостей і загроз для ділянки проектування (рис.3.4.4).



Рис.3.4.4. SWOT-аналіз ділянки для проектування (рисунок автора)

3. **Визначення цілей психологічного впливу:**

Оскільки психологічна компонента медійності є важливою для позитивного сприйняття людьми майбутнього об'єкту, визначено цілі когнітивного, афективного, особистісно-мотиваційного та поведінкового аспектів, які формуватимуть відчуття та емоції в людей при контакті із проєктованим середовищем.

- Когнітивний аспект: проєктований об'єкт є втіленням ідеї поєднання минулого з теперішнім, асоціюється із українською культурою через закладені у нього символи та значення;

- Афективний аспект: об'єкт подобається мешканцям, не викликає зорової напруги, створює відчуття емоційної релаксації;
- Особистісно-мотиваційний аспект: об'єкт забезпечує потреби у просторі для роботи та відпочинку;
- Поведінковий аспект: об'єкт сприяє можливості отримання прибутку, комунікації, едукації, особистісному розвитку.

4. Розробка концепції проекту:

На даному етапі було розроблено концептуальний проект будівлі (рис.3.4.5), що відображає попередньо визначені ідеї з врахуванням контексту. Об'єкт містить три поверхи та підземний паркінг. Архітектурно-планувальне рішення об'єкта (рис.3.4.6) пов'язане із сучасним часом, адже передбачає забезпечення таких актуальних потреб, як місце для коворкінгу, медіатеки, арт-простору, лекційних аудиторій, конференц-залів та громадського харчування. Для формування об'ємно-просторового рішення було використано символи, притаманні давній українській культурі (рис.3.4.7). Силуету проектованої будівлі пов'язано із силуетом трипільської хати. Використання чотирьох рядів вертикалей та горизонталей як оздоблення фасаду є інтерпретацією символу миру та злагоди. Ромбовидне планування втілює символ оберегу від зла. Формування доріжок-«завитків» на генплані асоціюється із символом зв'язку часів. Також враховано парцеляцію існуючого історичного середовища та збережено її в архітектурі коворкінг-центру.

5. Визначення засобів та структурних елементів медійності:

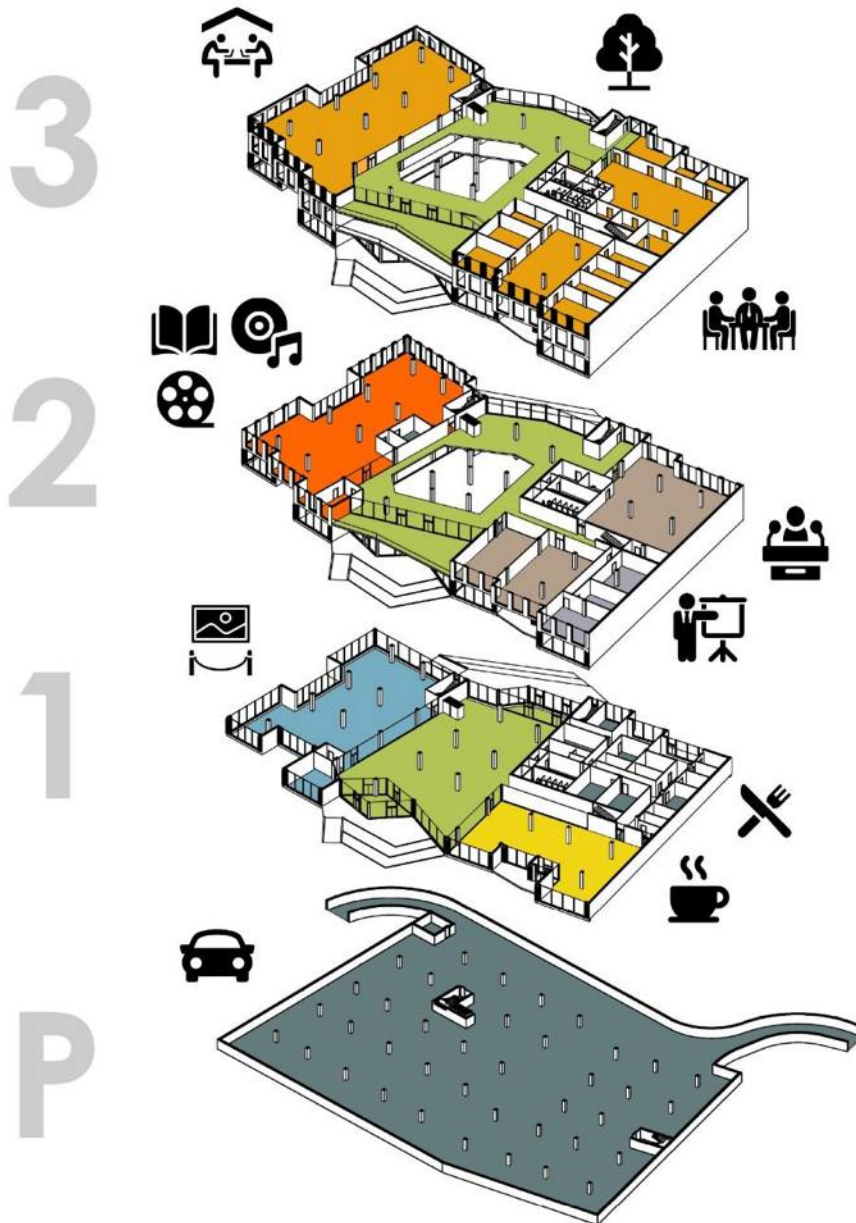
На основі розробленої концепції здійснено підбір оптимальних засобів формування медійності, які зможуть передати необхідну інформацію та перетворити проектований об'єкт на повноцінний елемент комунікації. Архітектурні форми як засоби формування медійності відіграють найважливішу роль для інформативної сутності проектованого об'єкта, адже за допомогою них відтворено закладені в проект символи української культури. Деякі символи також зображено за допомогою використання матеріалу дерева на фасадах. Ще одним архітектурним засобом є освітлення, яке допомагає зробити акцент на трипільському силуеті будівлі в темну пору доби.

ПРОЕКТ КОВОРКІНГ-ЦЕНТРУ НА ВУЛ.СТАРІЙ,3 У ЛЬВОВІ



Рис.3.4.5. Проект коворкінг-центру на вул.Старій,3 у місті Львові (рисунок автора)

АРХІТЕКТУРНО-ПЛАНУВАЛЬНЕ РІШЕННЯ ОБ'ЄКТА



ОСНОВНІ ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЗОНИ:

Коворкінг - можливість організації автономної праці

Медіатека - забезпечення доступом до інформації

Арт-простір - підтримка сучасного мистецтва

Лекційні зали - сприяння едукції мешканців

Конференц-зали - можливість проведення робочих зустрічей

Кафе - місце для відпочинку та харчування

ОСНОВНІ ІДЕЇ ПРОЕКТУ

- Підсилення медійності існуючого середовища за допомогою сучасних архітектурних засобів
- Забезпечення сучасних потреб мешканців
- Створення гармонійного симбіозу між сучасною та існуючою архітектурою
- Надання простору семантичного змісту та художньої цінності
- Модернізація історичного центру Львова

Рис.3.4.6. Архітектурно-планувальне рішення об'єкта (рисунок автора)

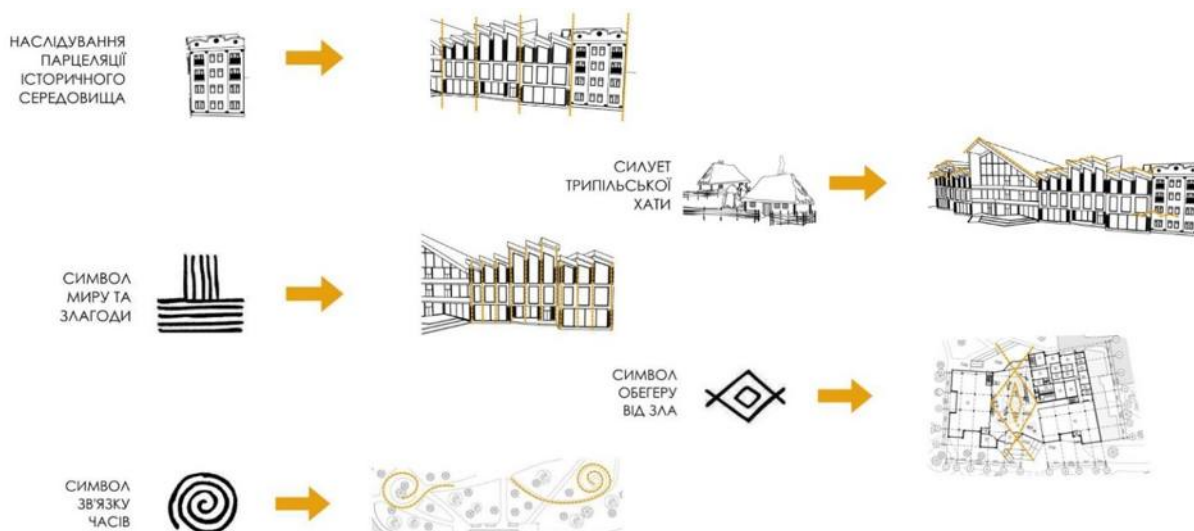


Рис.3.4.7. Використання символів української культури у проекті (рисунок автора)

У вхідну частину об'єкта інтегровано екранні засоби відтворення актуальної інформації щодо подій, які відбуваються у коворкінг-центрі. Також засобом медійності є сучасні функції, які виконує об'єкт.

На даному етапі також можемо структурувати проект на ієрархічні рівні для кращого розуміння ролі кожної із них для розвитку медійності середовища. Рівень міського простору включає генплан проектованої ділянки. На рівні об'єкта сприймається медійність безпосередньо самої будівлі коворкінг-центру. На рівні елементів оздоблення можемо виокремити екрани вхідної зони, скульптуру, зупинку громадського транспорту.

6. Прогнозування впливу та характеру комунікації:

Здійснено прогнозування впливу медійності проектної пропозиції на існуюче середовище та його мешканців для перевірки відповідності проекту встановленим цілям. Для цього було проведено соціологічне опитування мешканців Львова. Вибірка становила 60 осіб. Результати показали, що дана проектна пропозиція сподобалась 69% респондентів, з яких 52% змогли побачити закладені архітектором ідеї. Незадоволеними проектною пропозицією виявилось 19% опитуваних, 12% висловили байдуже ставлення. Згідно цих даних можемо вважати проект відповідним до поставлених завдань формування та розвитку медійності міського простору.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III

1) У ході роботи було виявлено доцільність дослідження медійності архітектури громадських просторів міст як «мови» через її порівняння з мовою лінгвістичною, оскільки архітектурне середовище транслює інформацію про історію міста, відображає його культурну та соціальну ідентичність, сприяє комунікації між мешканцями, викликає певні емоції та почуття. Співставлення мови лінгвістичної з медійністю архітектури проведено на рівні спільних ознак, таких як кодифікація, комунікативність, експресія, структурованість. На основі аналізу та оцінки інформативної сутності міста Львова, як його мови, на різних ієрархічних рівнях виявлено принципи та засоби медійності у формуванні архітектури та громадських просторів. До принципів віднесено поліваріативність, динамічність, інтертекстуальність, автентичність, меморіальність, технологічність. Засобами формування медійності архітектури та просторів визначено форми, кольори, матеріали, знаки, символи, текст, звуки, запахи, освітлення, функції, новітні технології, контекст середовища. Обґрунтовано доцільність врахування медійності у системному підході до проектування архітектури та просторів, що полягає в узгодженні їх емоційного й аналітичного сприйняття.

2) Розроблено медійну модель формування архітектури громадських просторів міст, яка поєднує у собі різнодисциплінарні підходи дослідження інформативної сутності архітектури. Модель складається із структурно-лінгвістичної, інформаційної, контекстуальної, психологічної та комунікативної компонент. Визначено структуру кожної компоненти. Обґрунтовано доцільність застосування для медійності в архітектурі теорії структурної лінгвістики та визначено поділ архітектурних елементів за будовою, значенням, взаємозв'язками, вживанням на визначених ієрархічних рівнях дослідження. Оскільки архітектурне середовище передає не тільки буквальну інформацію, а містить асоціації та конотації, то інформаційна компонента медійності включає фактуальну, концептуальну та підтекстову складові. На основі результатів аналізу та оцінки чинників впливу встановлено, що у контекстуальну компоненту потрібно включити ландшафтні, композиційні, функціональні, процесуальні, історичні та ментальні чинники. У

психологічній компоненті медійності виділено когнітивний, афективний, особистісно-мотиваційний та поведінковий аспекти. В основі комунікативної компоненти лежить модель комунікації, що полягає у передачі повідомлень між архітектором та мешканцями за допомогою архітектурних засобів з урахуванням контексту. Медійна модель включає як матеріально-практичну (фізичну), так і інформативно-естетичну (ментальну) цінність архітектури та громадських просторів. Створення моделі вказало на необхідність переосмислення і розвитку сучасного проектного процесу з урахуванням особливостей медійності існуючого архітектурного середовища.

3) На основі медійної моделі вдосконалено методики аналізу, оцінки та обґрунтування рішень щодо медійності архітектури та міських просторів. В основу методології покладений системний підхід. Медійний підхід до аналізу медійності архітектури та просторів полягає у аналізі структури медійності та просторової граматики, змісту інформації, контексту, психологічному аналізі, аналізі комунікації. Особливу увагу звернено на особливості комунікаційної складової медійного підходу до архітектурного проектування. Проведення аналізу є підставою для оцінки медійності архітектури та просторів за аналогічною послідовністю. Отримані результати становлять наукове підґрунтя для обґрунтування проектних рішень. Методика обґрунтування проектних рішень включає етапи: постановка задачі медійності та визначення змісту інформації, передпроектний аналіз та оцінка просторової ситуації, визначення цілей психологічного впливу, розробка концепції проекту, визначення засобів та структурних елементів медійності, прогнозування впливу та характеру комунікації. Застосування медійного підходу до архітектури дає можливість досліджувати взаємодію людей з простором. На основі даних методик процес формування медійності архітектури зведено до трьох складових (ідея, форма, значення) та представлено за аналогією семантичного трикутника Г. Фреге.

4) Запропоновано ряд практичних рекомендацій з метою вирішення проблем інформаційно-комунікаційного характеру в сучасних архітектурних просторах та розвитку їх медійності. Рекомендації стосуються уникнення перенасичення просторів міст інформацією, проектування у історично сформованому середовищі та

формуванні толерантної архітектури. Результати дослідження знайшли застосування для обґрунтування пропозицій щодо просторової організації і розвитку архітектури міста Львова на прикладі коворкінг-центру на вул. Старій, 3.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Сформовано категорійно-поняттійний апарат для дослідження феномену медійності архітектури громадських просторів міст. Поняття медійності визначено як властивість архітектури та просторів, яка відображає їх інформативну сутність та характеризується їх здатністю бути носіями інформації та елементами комунікації з людьми, а також впливати на соціокультурне середовище міст. Медійність архітектури громадських просторів міст пов'язана з різними науковими галузями, такими як теорія архітектури, семіотика, феноменологія, соціологія, психологія, лінгвістика та сфера медіа-технологій. Аналіз наявної літератури в цих наукових сферах вказує на зосередження сучасних досліджень медійності архітектури та просторів міст на візуальному сприйнятті архітектури та недостатню увагу до впливу архітектурного середовища на емоційні відчуття та поведінку людини в ньому. Відсутній системний інструментарій для аналізу, оцінки та обґрунтування рішень щодо формування та розвитку медійності будівель і просторів міст.

2. Аналіз теоретичних передумов формування медійності архітектури громадських просторів міст дозволив обґрунтувати теоретично-структурну модель медійності, що полягає у її поділі на фізичну та ментальну складові. Фізична складова охоплює всі прояви, що мають конкретні фізичні властивості у навколишньому середовищі і можуть бути сприйняті органами чуття людини. Ментальна складова відповідає за безпосереднє сприйняття об'єкта людиною і включає в себе ідентифікаційну, інтенціональну та емоційну компоненти. Встановлено, що для теорії медійності та практики формування архітектурних об'єктів та громадських просторів важливими вважаються знак, символ та образ як структурні одиниці інформації.

Аналіз історичних передумов виявив тенденції у формуванні медійності архітектури та просторів міст у процесі еволюції архітектури та містобудування. Визначено, що причинами змін в медійності архітектури громадських просторів міст в контексті простору та часу є потреби людей, їх сприйняття світу та цінності. Розгляд генези архітектури дозволив встановити константи у формуванні медійності архітектури громадських просторів міст, а саме вуличну мережу та функціональне зонування міста; місця для комунікації біля громадських об'єктів; форми, композицію

і декор. Проведений аналіз історичних передумов дозволяє стверджувати, що інформація в архітектурі завжди відігравала важливу роль. Особливо цінною вона була в об'єктах і громадських просторах, які зараз вважаються історичною та культурною спадщиною.

3. Визначено послідовність проведення дослідження та підібрано відповідні загальнонаукові та спеціальні методи. Емпіричні методи дозволили досліджувати феномен медійності шляхом спостереження та соціологічного опитування. Теоретичні методи використано для встановлення ієрархічних рівнів дослідження, виявлення закономірностей та особливостей, формулювання гіпотез щодо формування медійності архітектури та просторів міст. За допомогою теоретично-емпіричних методів було здійснено аналіз та оцінку медійності архітектури громадських просторів та визначено сучасний стан дослідження. У відповідності до завдань дослідження підібрано такі спеціальні методи - багатофакторний аналіз, дискурс-аналіз, феноменологічний та психоаналітичний методи. Метод багатофакторного аналізу застосовано для виявлення чинників впливу на медійність архітектури та просторів міст і встановлення їх взаємозв'язків. Дискурс-аналіз дозволив з'ясувати передумови формування медійності і обґрунтувати принципи медійності архітектури громадських просторів на основі її дослідження як мови міста. За допомогою феноменологічного методу медійність розглянуто як унікальне суб'єктне явище, що взаємодіє з людиною, що використано для пошуку констант в інформативній сутності архітектури, обґрунтування медійної моделі та вдосконалення методик аналізу, оцінки та обґрунтування проектних рішень. На основі психоаналітичного методу встановлено взаємозв'язки між архітектурою та психікою людини для їх врахування при формуванні та розвитку медійності архітектури та просторів міст.

4. Виявлено, систематизовано, здійснено аналіз та оцінку чинників впливу на формування медійності архітектури та міських просторів. Детальні дослідження здійснено стосовно груп ландшафтно-просторових, архітектурно-естетичних, соціально-культурних чинників на прикладі міста Львова. Визначено, що ландшафтно-просторові чинники відіграють визначальну роль для візуальної

перцепції медійності. Найвиразнішим є їх прояв на рівні міського простору. Рельєф, гідромережа та рослинність формують природно-естетичний потенціал території, і разом із антропогенними ландшафтами, що включають планувальну та функціональну структуру, а також силуетність міської забудови, збільшують медійний потенціал та створюють цілісність середовища.

Архітектурно-естетичні чинники є найвиразнішими ідентифікаторами архітектури та просторів міст. Серед них виділено групи композиційних, функціональних та процесуальних чинників. Їх аналіз та оцінка виявили, що вони мають найбільший вплив на візуальну та ментальну медійність архітектурного середовища. Оскільки в художньому образі сучасного Львова поєднуються історичні та сучасні форми і простори, для збереження характеру міського середовища при проектуванні нових об'єктів важливо брати до уваги медійність існуючої об'ємно-просторової композиції.

Для з'ясування ролі та впливу соціально-культурних чинників на медійність архітектури було проведено соціологічне опитування серед мешканців та відвідувачів міста Львова. Згідно результатів найбільш зрозумілим для соціуму визначено архітектурно однорідне середовище, яке є виключно історичним або сучасним, натомість поєднання нового зі старим викликає дезорієнтованість та нерозуміння. Це обумовлює важливість професійного поєднання сучасної архітектури з історичною. Проаналізовано соціологічні, культурні та духовні чинники впливу на формування медійності архітектури громадських просторів Львова. Оцінка соціокультурних чинників виявила, що найбільший вплив на медійність архітектурного середовища має психологічний стан людини, а також духовні цінності та національна ідентичність.

5. Встановлення закономірностей та особливостей у формуванні медійності архітектури та просторів міст здійснено на основі багатовимірної матриці взаємозв'язків між характеристиками медійності та чинниками впливу на неї. Закономірності охоплюють загальні ознаки, які визначають сприйняття архітектурного середовища людьми. Серед них визначено: поліінформативність архітектурного середовища; залежність медійності від контексту; суперечливий

характер сприйняття та розуміння медійності; здатність ідентифікувати середовище та забезпечити унікальність архітектури та громадських просторів. Особливості медійності архітектури та просторів полягають у відмінностях взаємодії чинників між собою, залежно від контексту. Встановлено, що вони проявляються у домінуванні візуального сприйняття; першочерговому вираженні цінностей за допомогою медійності; перевазі ментальної медійності над фізичною; залежністю розуміння медійності від досвіду людини; психоемоційною реактивністю архітектурного середовища.

6. Обґрунтовано принципи медійності архітектури та просторів міст як їх мови на основі аналізу чинників та встановлення закономірностей і особливостей інформативної сутності в архітектурі. До принципів відносяться поліваріативність, динамічність, інтертекстуальність, автентичність, меморіальність, технологічність. Зокрема, принцип поліваріативності позначає одночасну дію кількох видів інформації в архітектурному середовищі, яка сприймається за допомогою різних органів чуття. Динамічність проявляється у постійних змінах, переосмисленні та набуттям нових значень об'єктами чи просторами міст. Принцип інтертекстуальності вказує на важливість контексту та висвітлює інтеграцію закодованої медійності в мову міста. Принцип автентичності підкреслює необхідність врахуванні історії у процесі архітектурного проектування для збереження унікальності міського середовища. Збереження пам'яті в архітектурі та її здатність викликати емоції позначає принцип меморіальності. Технологічність висвітлює процеси, що відбуваються в сучасному архітектурному середовищі, та активну інтеграцію новітніх технологій у нього. Засобами формування медійності архітектури та просторів визначено форми, кольори, матеріали, знаки, символи, текст, звуки, запахи, освітлення, функції, новітні технології, контекст середовища.

Медійна модель формування архітектури та розвитку просторів міст поєднує у своїй сутності різнодисциплінарні підходи щодо дослідження медійності архітектури громадських просторів міст. Модель складається із структурно-лінгвістичної, інформаційної, контекстуальної, психологічної та комунікативної компонент. Медійна модель включає в себе як матеріально-практичний (фізичний), так і

інформативно-естетичний (ментальний) аспекти, що визначають цінність архітектури та просторів міст. Модель підкреслює потребу в змінах та розвитку сучасного процесу архітектурного проектування, вказує на необхідність врахування закономірностей та особливостей медійності середовища та полягає в узгодженні емоційного та аналітичного сприйняття архітектури та просторів міст.

7. Вдосконалено методики передпроектного аналізу, оцінки просторових ситуацій та обґрунтування проектних рішень для підвищення медійності архітектури та просторів міст. Так, аналіз і оцінка медійності архітектури громадських просторів полягає у дослідженні структури медійності та просторової граматики, змісту інформації, контексту, комунікації, психологічному аналізу та оцінці. Методика обґрунтування проектних рішень полягає у дотриманні послідовності: постановка задачі медійності та визначення змісту інформації; передпроектний аналіз та оцінка просторової ситуації; визначення цілей психологічного впливу; розробка концепції проекту; визначення засобів та структурних елементів медійності; прогнозування впливу та характеру комунікації.

Розроблено практичні рекомендації щодо формування медійності архітектури та розвитку просторів міст з метою підвищення інформаційної сутності сучасного архітектурного простору. Розвиток медійності архітектури та просторів міст включає в себе необхідність дотримання етичних норм фахівцями під час проектування, особливо в історичному середовищі. Дотримання толерантності в архітектурі виявляється у здатності враховувати різноманітні культурні, соціальні, економічні фактори, що впливають на мешканців, та уникненні конфліктів з уже сформованим середовищем. Результати дослідження апробовано для обґрунтування пропозицій щодо просторової організації і розвитку архітектури міста Львова та підтверджено їх ефективність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко, В. (2015). Філософія архітектури міста: історія і майбуття. Збірник наукових праць ДонНАБА, 1, 129-137.
2. Батаева, Е. В. (2011). Философия архитектуры: к философии визуальных форм. Гуманітарний часопис, 3, 52-56.
3. Безуглий, Д. (2014). Прийоми візуального подання навчальної інформації. *Фізико-математична освіта: науковий журнал*, 2(3), 7-15.
4. Беломесяцев, А. Б. (2005). Філософські основи архітектури. К.: ІПСМ АМУ, 488 с.
5. Блінова, М. Ю. (2010). Мова архітектури - методологічний аспект дослідження. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 24, 17-22.
6. Борис, А. М. (2014). Творчість архітектора Радослава Жука у вітчизняній та світовій літературі. *Науковий вісник будівництва*, 4(78), 67-71.
7. Ванеян, С. С. (2010). *Архитектура и иконография. Тело символа в зеркале классической идеологии*. М.:Прогресс-Традиция, 832 с.
8. Вербець, В. В. (2006). *Методологія та методика соціологічних досліджень: навчально-методичний посібник*. Рівне: РДГУ, 167 с.
9. Вечерський, В. (2020). Архітектурна спадщина Львова. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*, 3(2), 100-118. DOI:10.31866/2617-7943.3.2.2020.221099.
10. Вітрувій. (2006). *Універсальний словник-енциклопедія. 4-те вид.* К.: Тека, 1432 с.
11. Вотінов, М. А. & Смірнова, О. В. (2019) *Інноваційні прийоми формування інтерактивних будівель і споруд у міському середовищі: монографія*. Харків: Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 112 с.
12. Габрель, М. М. (2004). Просторова організація містобудівних систем: монографія. К.: Видав. дім А.С.С., 400 с.

13. Габрель, М. М., & Габрель, М. М. (2020). Шкідливість і толерантність як властивості архітектури. *Містобудування та територіальне планування*, 73, 52-77. DOI:10.32347/2076-815x.2020.73.52-77.
14. Габрель, М. М. & Косьмій, М. М. (2019). Емоційна складова у формуванні образу міста. *Науковий вісник будівництва*, 98(4), 73-86. DOI: 10.29295/2311-7257-2019-98-4-73-86.
15. Габрель, М. М., Парнета, Б. З. & Парнета, М. Б. (2021). Символи, семантика та медійність архітектури та простору міст. *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference*, 359-363.
16. Гальперин, И. Р. (1981). *Текст как объект лингвистического исследования*. М.: Наука, 135 с.
17. Главацький, О. З. (2014). Вплив соціальних процесів на безпечність архітектурно-планувального середовища великих міст. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 36, 280-293.
18. Гнідець, Р. (2004). Традиція сакральної архітектури як чинник утвердження духовності та віри. *Вісник ЛДАУ*, 5, 199-208.
19. Грабовська, С. Л. & Липецька, А. С. (2020). Взаємодія людини з архітектурним середовищем: теоретичний ракурс. *НАВІТУС. Науковий журнал з соціології та психології*, 13, 117-122. DOI: <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.13-1.18>.
20. Громнюк, А. І. (2013). Менталітет, етномотиви та традиції як засоби національно орієнтованого дизайну середовища. *Наука і життя: сучасні тенденції, інтеграція у світову наукову думку: матеріали дев'ятої Міжнародної наук. -практ. інтернет-конф.*, 5-7.
21. Дида, І. А. (2006). Роль і місце природи в архітектурі міст України. *Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка»*, 568, 317-322.
22. Драгомирецька, Н. М., Дружинін, С. С., Думинська, С. В. et al. (2019). *Сучасний сталий розвиток в сфері культури: зарубіжний досвід для України: монографія*. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 238 с.

23. Дьомін, М., Левітан Я. & Марков Ю. (2005). Київ. Комплексна схема транспорту. Містобудування та територіальне планування, 20, 4-10.
24. Еко, У. (2004). Роль читача: дослідження з семіотики текстів. Львів: Літопис, 384 с.
25. Європейська Ландшафтна Конвенція. (2000). URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_154 (дата звернення: 25.08.2022).
26. Иконников, А. В. (1985). Художественный язык архитектуры. М.: Искусство, 175 с.
27. Катола, Х. О. (2014). Сучасні тенденції проектування «зеленої архітектури». *Матеріали конференції «Актуальні питання сучасної науки»*, 123-125.
28. Ключков, И. С. (1983). *Духовная культура Вавилонии: человек, судьба, время. Очерки*. М.: Наука, 207с.
29. Кознарська, Г. (2012). Значення видових пунктів для сприйняття образу міста. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 30, 213-218.
30. Кознарська, Г. & Дідик, В. (2021). Особливості формування видових вулиць та майданчиків Львова. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 60, 128-141. DOI:10.32347/2077-3455.2021.60.128-141.
31. Коптєва, Г. Л. (2017). *Конспект лекцій з дисципліни «Композиційне формування ландшафтного середовища міста*. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 70 с.
32. Косиков, Г. К. (1987). *Средние века и Ренессанс. Теоретические проблемы. Методологические проблемы филологических наук*. М.: МГУ, С. 222-252.
33. Крижановская, Н. Я. (2016). *Генезис формирования инновационных зданий и сооружений в городской среде: монография*. Харьков: ХНУГХ им. А. Н. Бекетова, 189 с.
34. Круглов, І. (1992). *История, современное состояние и перспективы освоения природных территориальных комплексов города и окрестностей. (Кандидатська дисертація)*. Київ, 213 с.

35. Лапшина, Е. Г. (2019). Цвет в архитектуре: эстетика и символика черного. *Международный научно-исследовательский журнал*, 5(83), 97-102. DOI:10.23670/IRJ.2019.83.5.050.
36. Лисичкіна, О. Б. (1997). *Світова художня культура. Частина 1*. СПб.: Спеціальна література, 320 с.
37. а) Лінда, С. М. (2012). Структура «архітектурного знака» та «архітектурного тексту» в семіотичному аналізі об'єктів історизму. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 728, 14-25.
38. б) Лінда, С. М. (2012). Семантика скульптурного декору кам'яниць доби Ренесансу у Львові. *Проблемы теории и истории архитектуры Украины*, 12, 70-78.
39. Лосев, А. Ф. (1995). *Проблема символа и реалистическое искусство*. М.: Искусство, 320 с.
40. Лотман, Ю. М. (2000). Семиосфера. С.П.: «Искусство-СПБ», 704 с.
41. Ляковський, О. Й. (2002). Природно-ландшафтні чинники формування естетики середовища міста Львова. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 439, 142-146.
42. Майстренко, К. С. (2014). Місце та значення соціологічних досліджень в архітектурі. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 36, 116-126.
43. Мак-Квейл, Д. (2010). *Теорія масової комунікації*. Л.: Літопис, С. 301-328.
44. Максим'юк, Т., Дідик В. & Тупісь С. (2008). Ландшафтна карта міста Львова. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*, 632, 180-186.
45. Мацько, Л. (2008). Семантико-функціональні аспекти тексту міста. *Дивослово*, 11(620), 30-33.
46. Мер'є, О. В. (2019). Експериментальні дослідження середовищного простору в теорії інвайронментальної психології. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 2(1), 70-89.
47. Михалевич, В. В. (2019). Храмова символіка в середньовічній європейській архітектурі. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 1, 13-19.

48. Міхно, Н. (2020). Місто як культурний текст: особливості семантики та синтагматики міського простору: монографія. *Дніпро: Видавничо-поліграфічний дім «Формат А+»*, 423 с.
49. Моатти, К. (2003). *Античний Рим*. М: АСТ, 208 с.
50. Нагорна, Л. П. (2012). *Історична пам'ять: теорії, дискурси, рефлексії*. К.: ІПіЕНД ім. І.Ф.Кураса НАН України, 328 с.
51. Ніцше, Ф. (1910). *Так мовив Заратустра: Книга для всіх і для нікого*. Коломия: Галицька накладня Якова Оренштайна, 516 с.
52. Парнета, М. Б. (2022). Архітектурно-естетичні чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Просторовий розвиток*, 2, 33-43. DOI:10.32347/2786-7269.2022.2.33-43.
53. Парнета, М. Б. (2022). Зміни медійності архітектури та просторів міст під час війни. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 63, 77-86. DOI:10.32347/2077-3455.2022.63.77-86.
54. Парнета, М. Б. (2022). Історичні передумови формування медійності архітектури та інформативності просторів міст. *Містобудування та територіальне планування*, 79, 296-312. DOI:10.32347/2076-815x.2022.79.296-312.
55. Парнета, М. Б. (2022). Композиційні чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Регіональні проблеми архітектури та містобудування*, 16, 172-178. DOI:10.31650/2707-403X-2022-16-172-178.
56. Парнета, М. Б. (2022). Ландшафтно-просторові чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 64, 105-118. DOI:10.32347/2077-3455.2022.64.105-118.
57. Парнета, М. Б. (2022). Методи аналізу та оцінки медійності архітектурних об'єктів та просторів. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 62, 76-89. DOI:10.32347/2077-3455.2022.62.76-89.

58. Парнета, М. Б. & Парнета, Б. З. (2022). Медійність елементів дизайну архітектурного середовища Львова. *Містобудування та територіальне планування*, 80, 306-316. DOI:10.32347/2076-815x.2022.80.306-316.
59. Парнета, М. Б., Рибак, Р. Т. & Парнета, О. Б. (2022). Особливості виготовлення бетонів для підвищення медійності будівель та споруд. *Eurasian scientific discussions. Proceedings of IX International Scientific and Practical Conference*, 84-86.
60. Парнета, М. Б. (2023). Соціально-культурні чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Містобудування та територіальне планування*, 82, 297-308. DOI:10.32347/2076-815x.2023.82.297-308.
61. Парнета, М. Б. (2023). Соціологічне опитування для оцінки медійності архітектурних об'єктів та просторів Львова. *Просторовий розвиток*, 4, 40-51. DOI:10.32347/2786-7269.2023.4.40-51.
62. Парнета, М. Б. (2023). Принципи формування медійної архітектури у міському середовищі. *Scientific advances and innovative approaches. Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference*, 8-12. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7684466>
63. Пирс, Ч. (2000). *Начала прагматизма*. СПб.: Лаборатория метафизических исследований философского факультета СПбГУ.
64. Посацький, Б. С. (2010). *Основи урбаністики. Територіальне і просторове планування: навч. посібник*. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 344 с.
65. Препотенська, М. (2020). Екзистенція міста: ментальний дрейф і genius loci. *Геопоетичні студії*, 1, 15-20.
66. Пунин, А. Л. (2008). *Искусство Древнего Египта. Раннее царство. Древнее царство*. СПб.: Азбука, 464 с.
67. Раппапорт, А. Г. & Сомов, Г. Ю. (1990). *Форма в архитектуре. Проблемы теории и методологии*. М.: Стройиздат, 344 с.

68. Резвухіна, Л. О. & Кірдіна, О. М. (2016). Особливості стилю бароко в декоративно-прикладному мистецтві. *Культура і мистецтво у сучасному світі*, 17, 179–185.
69. Русевич, Т. В. (2013). Мова архітектури – символи або стереотипи. *Архітектурний вісник КНУБА*, 1, 126-134.
70. Саймондс, Дж. (1965). *Ландшафт и архитектура*. М.: Стройиздат, 194 с.
71. Сергеева, Н. В. (2008). *Об'єкти медіа-дизайну в контексті формування громадського середовища міста*. (Кандидатська дисертація). Харків, 187 с.
72. Серода, В. В. (2008). Місто як lieu de memoire: спільна чи поділена пам'ять? Приклад Львова. *Вісник Львівського університету*, 2, 73-99.
73. Сікора, Г. (2016). Текст міста як лінгвістичний феномен. *Українська мова*, 4, 122-135.
74. Снітко, І., & Курушина, М. (2018). Authentic and Modern Symbolism in Architectural and Cultural Town Space. *Ukrainian Studies: Historical and Philosophical Sciences*, 26, 33-43.
75. Стародубцева, Л. В. (1998). Архітектура постмодернізму: Історія. Теорія. Практика: посіб. для студ. архіт спец. у вищих навч. закл. К.: Спалах, 1998.
76. Сьомка, С. В. (2018). Пропорціонування у мистецтві архітектурного дизайну та об'ємній архітектурі. *Культура і сучасність*, 1, 130-133. DOI:10.32461/2226-0285.1.2018.148242.
77. Тапалчинова, Д. Н. (2019). Влияние архитектуры зданий на психологическое состояние человека. *Молодой ученый*, 23(261), 67-68.
78. Татенко, В. О. (2008). *Соціальна психологія впливу: Монографія*. К.: Міленіум, 216 с.
79. Тимофієнко, В. І. (2002). *Архітектура і монументальне мистецтво: Терміни та поняття*. К.: Вид-во Ін-ту проблем сучасного мистецтва, Головкиївархітектура, 472 с.
80. Тімохін, В. О. (2008). *Архітектура міського розвитку. 7 книг з теорії містобудування*. К.: КНУБА, 629 с.

81. Товбич, В. В. & Дюжев, С. А. (2009). Теоретичні проблеми архітектурно-містобудівної діяльності. *Містобудування та територіальне планування*, 33, 462-473.
82. Топоров, В. Н. (1995). Миф. Ритуал. Символ. Образ: Исследования в области мифопоэтического. М.: Прогресс, 623 с.
83. Тюрменко, І. І., Буравченкова, С. Б. & Рудик, П. А. (2010). *Культурологія: теорія та історія культури. Навчальний посібник*. К.: Центр учбової літератури, 370 с.
84. Франкфорт, Г. А., Уилсон, Дж. & Якобсен, Т. (1984). *В преддверии философии. Духовные искания древнего человека*. М.: Наука, 236 с.
85. Фреге, Г. (2005). *Смысл и денотат*. М.: Изд-во Ипполитова. С. 43-66.\
86. Фрейд, З. (1991). *Основні категорії психоаналізу*. К.: Всесвіт, С. 164 -170.
87. Цигичко, С. П. (2012). *Екологія в архітектурі і містобудуванні: навч. посібник*. Харків: ХНАМГ, 146 с.
88. Черкес, Б. С. (2008). *Національна ідентичність в архітектурі міста: монографія*. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 268 с.
89. Шебек, Н. М. (2013). *Теоретичні основи гармонізації архітектурного середовища*. (Докторська дисертація). Київ, 340 с.
90. Шкляр, С. П. (2019). *Ергономіка в архітектурі: конспект лекцій*. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 55 с.
91. Шкодовский, Ю. М. (2007). *Методологичні основи екологічної реабілітації архітектурногосередовища*. (Докторська дисертація). Харків, 250 с.
92. Юнг, К. (2012). *Архетипи і колективне несвідоме*. Львів: Астролябія, 588 с.
93. Янковская, Ю. С. (2004). *Архитектурная композиция и семиотика - генезис идей*. *Архитектон*, 2(7), 32-35.
94. Augustin, S., Frankel, N. & Coleman, C. (2015). *Place Advantage. Applied Psychology for Interior Architecture*. N.Y.:Wiley, 328 p.
95. Berger, J. (1972). *Ways of Seeing*. British Broadcasting Corporation and Penguin Books, 155 p.

96. Bottero, J. (2001). *Religion in Ancient Mesopotamia*. Chicago: University of Chicago Press, 246 p.
97. Botton, A. de (2006). *The Architecture of Happiness*. Vintage Books, 280 p.
98. Certeau, M. de (2011). *The Practice of Everyday Life*. University of California Press, 254 p.
99. Christopher, A. (1979). *The Timeless Way of Building*. Oxford University Press, 552 p.
100. Cirlot, J. E. (2001). *Dictionary of symbols*. London: Routledge
101. Darroch, M. (2008). Language, Translation and the Telematic City. *Flusser Studies*, 6(1), 3-12.
102. Day, C. (2014). *Places of the Soul: Architecture and environmental design as a healing art (3rd ed.)*. London: Routledge. 312 p. DOI:10.4324/9781315662138.
103. Economidou, E. (2020). Exploring the Design Space of Embodied Architectonic Interaction. *In Companion Publication of the 2020 ACM Designing Interactive Systems Conference*, 509-514. DOI:10.1145/3393914.3395826.
104. Ellard, C. (2015). *Places of the Heart: The Psychogeography of Everyday Life*. Bellevue Literary Press, 256 p.
105. Fairs, M. (2004). Interview with Rem Koolhaas. *Icon Magazine*, 13, 317-322.
106. Gallet, M. (1982). Ledoux, Claude Nicolas. *In Macmillan Encyclopedia of Architects*, 2, 648-654.
107. Gehl, J. (2013). *Cities for people*. London: Island press, 288 p.
108. Gemunden, G. (2015). Media-linguistic architecture: A theoretical outline. *Media and the city: Urbanism, technology, and communication*, 69-84.
109. Gemunden, G. (2018). Architecture as media of communication: A media-linguistic perspective. *In Designing interactive systems conference 2018*, 1205-1217.
110. Halliday, M. A. K. (2003). *On the architecture of human language*. London and New York: Continuum, 490 p.
111. Hillier, B. (2005). Between Social Physics and Phenomenology: Explorations Towards an Urban Synthesis? *Proceedings of 5th International Space Syntax Symposium, TUDelft, Delft*, 1, 3-23.

112. Holsti, O. R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley, 235 p.
113. Husserl, E. (1983). *Ideas Pertaining to a Pure Phenomenology and to a Phenomenological Philosophy. First Book: General Introduction to a Pure Phenomenology*. Publisher: Springer Dordrecht, 424 p.
114. Jencks, C. (1977). *The language of post-modern architecture*. New York: Rizzoli International Publications, 136 p.
115. LaValle, S. M. (2016). *Virtual reality*. Illinois: Cambridge University Press.
116. Le Corbusier. (1931). *Towards A New Architecture*. London: John Rodker Publisher, 316 p.
117. Leonard, M. (2008). *Ancient Philosophy*. London: Granta, 116 p.
118. Lefebvre, H. (1974). *The Production of Space*. Oxford: Blackwell, 454 p.
119. Lewis, P. (1979). *Axioms for Reading the Landscape*. New York: Oxford University Press. P. 11-32.
120. Lynch, K. (1981). *A Theory of Good City Form*. Cambridge: The MIT Press, 524 p.
121. Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge: MIT Press, 194 p.
122. McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill, 396 p.
123. McQuire, S. (2010). *The Media City: Media, Architecture and Urban Space*. London: Sage Publications, 228 p.
124. Meinig, D. (1979). *Symbolic Landscapes. Some idealizations of American communities. The Interpretation of Ordinary Landscapes: Geographical Essays*. New York: Oxford University Press. P. 164-192.
125. Merleau-Ponty, M. (2011). *Phenomenology of Perception*. Routledge. DOI:10.4324/9780203720714.
126. Mitchell, W. J. (2003). *Me++: the cyborg self and the networked city*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 222 p.
127. Moere, A. V. & Purchase, H. (2011). On the role of design in information visualization. *Information Visualization*, 10(4), 356-371.

128. Norbert-Schulz, C. (2004). *Genius loci. Towards a phenomenology of architecture*. Edinburgh: College of art library, 288 p.
129. Pallasmaa, J. (1994). *The eyes of the skin - Architecture and the Senses*. Great Britain: Academy Editions, 80 p.
130. Pallasmaa, J. (2011). *Embodied Image: Imagination and Imagery in Architecture*. Chichester: John Wiley & Sons.
131. Parneta, M. (2022). Psychological aspects of the influence of media formation of architecture. *Modern science: innovations and prospects. Proceedings of XIII International Scientific and Practical Conference*, 101-103.
132. Parneta, M. (2023). City language as a phenomenon of the media formation of architecture and spaces. Example of Lviv. *Space & Form. Przestrzen i Forma*, 53. DOI: 10.21005/pif.2023.53.C-02
133. Parneta, M., Habrel, M. & Kovalchuk, V. (2023). Justification of the Media-Linguistic Approach to the Formation of Architecture and Development of Urban Spaces. *Journal of Sustainable Architecture and Civil Engineering*, 33(2), 72-82. DOI: <https://doi.org/10.5755/j01.sace.33.2.33798>.
134. Parneta, M. (2023). Theoretical aspects of the media formation of the city landscapes. *World science priorities. Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference*. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10014384>.
135. Patron, I. (2013). The myth of the city: theoretical aspect. *Bulletin of Lviv University*, 12, 140-149. DOI:10.30970/vas.12.2013.3057.
136. Pellegrino, P. (2006). Semiotics of Architecture. *In Encyclopedia of Language & Linguistics*, 11(2), 212-216.
137. Rubino, M. (2009). Architectural language and the aesthetics of space. *Multimodal Communication*, 2(1), 35-47.
138. Rubino, M. (2011). The poetics of space in contemporary virtual environments. *Journal of Pragmatics*, 43(13), 3178-3191.
139. Rubino, M. (2016). *A cognitive approach to architectural discourse: The architecture of social meaning*. London: Routledge.

140. Sacks, D., Murray, O. & Brody, L. (2005). *Encyclopedia of the ancient Greek world*. New York: Infobase Publishing, 412 p.
141. Sadri, A. & Flammia, M. (2013). Intercultural communication: a new approach to international relations and global challenges. *Transactions on Professional Communications*, 56(1), 81-82.
142. Saussure, F. de (1971). *Cours de linguistique générale*. Paris: Payot.
143. Seamon, D. (1979). The Phenomenology of Place. *Environmental and Architectural Phenomenology*, 10(2), 9-13.
144. Seamon, D. & Mugerauer, R. (1985). *Dwelling, Place and Environment. Towards a Phenomenology of Person and World*. Netherlands: Springer, 310 p.
145. Spence, C. (2020). Senses of place: architectural design for the multisensory mind. *Cogn. Research*, 5, 46. DOI:10.1186/s41235-020-00243-4.
146. Vermeersch, P.-W. (2013). *Less Vision, More Senses. Towards a More Multisensory Design Approach in Architecture*. (Doctoral dissertation). Leuven: KU Leuven.
147. Wang, X. (2009). Approaches to Augmenting Virtual Design Environments with Reality. *Mixed Reality in Architecture, Design, And Construction*, 135-153.
148. Wouters, N., Hunt, T., Dziemidowicz, O., Hiscock, R. & Vetere, F. (2018). Media Architecture in Knowledge and Innovation Districts: Designing a Canvas for Research, Culture and Collaboration. *In Proceedings of the 4th Media Architecture Biennale Conference*. DOI:10.1145/3284389.3284492
149. Wouters, N., Keignaert, K., Huyghe, J. & Moere, A. V. (2016). Revealing the Architectural Quality of Media Architecture. *In Proceedings of the 3rd Conference on Media Architecture Biennale*. DOI:10.1145/2946803.2946808.

ДОДАТКИ

Додаток А. Перелік опублікованих праць за темою дисертації.

Додаток Б. Апробація результатів дисертації на конференціях та конкурсах.

Додаток В. Довідки про впровадження результатів дисертаційного дослідження.

Додаток Г. Зразок анкети соціологічного опитування.

ПЕРЕЛІК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. **Парнета, М. Б.** (2022). Історичні передумови формування медійності архітектури та інформативності просторів міст. *Містобудування та територіальне планування*, 79, 296-312. DOI:10.32347/2076-815x.2022.79.296-312.

2. **Парнета, М. Б.** (2022). Методи аналізу та оцінки медійності архітектурних об'єктів та просторів. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 62, 76-89. DOI:10.32347/2077-3455.2022.62.76-89.

3. **Парнета, М. Б. & Парнета, Б. З.** (2022). Медійність елементів дизайну архітектурного середовища Львова. *Містобудування та територіальне планування*, 80, 306-316. DOI:10.32347/2076-815x.2022.80.306-316. (*Основний внесок автора: виявлення, систематизація та аналіз медійності елементів дизайну середовища*).

4. **Парнета, М. Б.** (2022). Зміни медійності архітектури та просторів міст під час війни. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 63, 77-86. DOI:10.32347/2077-3455.2022.63.77-86.

5. **Парнета, М. Б.** (2022). Ландшафтно-просторові чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 64, 105-118. DOI:10.32347/2077-3455.2022.64.105-118.

6. **Парнета, М. Б.** (2022). Композиційні чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Регіональні проблеми архітектури та містобудування*, 16, 172-178. DOI:10.31650/2707-403X-2022-16-172-178.

7. **Парнета, М. Б.** (2023). Соціально-культурні чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Містобудування та територіальне планування*, 82, 297-308. DOI:10.32347/2076-815x.2023.82.297-308.

Стаття у науковому виданні, що включене до наукометричної бази даних Scopus:

8. **Parneta, M., Habrel, M. & Kovalchuk, V.** (2023). Justification of the Media-Linguistic Approach to the Formation of Architecture and Development of Urban Spaces. *Journal of Sustainable Architecture and Civil Engineering*, 33(2), 72-82. DOI: <https://doi.org/10.5755/j01.sace.33.2.33798>. (Основний внесок автора: вдосконалення методики медіа-лінгвістичного підходу до формування медійності архітектури громадських просторів міст).

Стаття у науковому періодичному виданні іншої держави:

9. **Parneta, M.** (2023). City language as a phenomenon of the media formation of architecture and spaces. Example of Lviv. *Space & Form. Przestrzen i Forma*, 53. DOI: 10.21005/pif.2023.53.C-02

Публікації в інших виданнях:

10. **Парнета, М. Б.** (2022). Архітектурно-естетичні чинники впливу на формування медійності архітектури та міських просторів Львова. *Просторовий розвиток*, 2, 33-43. DOI:10.32347/2786-7269.2022.2.33-43.

11. **Парнета, М. Б.** (2023). Соціологічне опитування для оцінки медійності архітектурних об'єктів та просторів Львова. *Просторовий розвиток*, 4, 40-51. DOI:10.32347/2786-7269.2023.4.40-51.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

12. Габрель, М. М., Парнета, Б. З. & **Парнета, М. Б.** (2021). Символи, семантика та медійність архітектури та простору міст. *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference*, 359-363. (Основний внесок автора: систематизація медійних складових архітектурного середовища).

13. **Парнета, М. Б.,** Рибак, Р. Т. & Парнета, О. Б. (2022). Особливості виготовлення бетонів для підвищення медійності будівель та споруд. *Eurasian scientific discussions. Proceedings of IX International Scientific and Practical Conference*,

84-86. (Основний внесок автора: аналіз взаємозв'язків властивостей бетонів із медійністю об'єктів).

14. **Parneta, M.** (2022). Psychological aspects of the influence of media formation of architecture. *Modern science: innovations and prospects. Proceedings of XIII International Scientific and Practical Conference*, 101-103.

15. **Парнета, М. Б.** (2023). Принципи формування медійної архітектури у міському середовищі. *Scientific advances and innovative approaches. Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference*, 8-12. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7684466>

16. **Parneta, M.** (2023). Theoretical aspects of the media formation of the city landscapes. *World science priorities. Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference*. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10014384>.

**АПРОБАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЇ НА КОНФЕРЕНЦІЯХ ТА
КОНКУРСАХ**



Конференція «Modern scientific research: achievements, innovations and
development prospects» у Берліні 21-23 листопада 2021 р.

CERTIFICATE
is awarded to
Parneta Mariana
for being an active participant in
VI International Scientific and Practical Conference

**“MODERN SCIENTIFIC RESEARCH: ACHIEVEMENTS,
INNOVATIONS AND DEVELOPMENT PROSPECTS”**

24 Hours of Participation
(0,8 ECTS credits)

BERLIN
21-23 November 2021
sci-conf.com.ua



CERTIFICATE

is awarded to

Parneta Mariana

for being an active participant in
IX International Scientific and Practical Conference

“EURASIAN SCIENTIFIC DISCUSSIONS”

24 Hours of Participation

(0,8 ECTS credits)

BARCELONA

25-27 September 2022

sci-conf.com.ua



CERTIFICATE

is awarded to

Parneta Mariana

for being an active participant in

XIII International Scientific and Practical Conference

“MODERN SCIENCE: INNOVATIONS AND PROSPECTS”

24 Hours of Participation

(0,8 ECTS credits)

STOCKHOLM

18-20 September 2022

sci-conf.com.ua





WOC
WORLD OF CONFERENCES

CERTIFICATE

Parneta M.

for participation in

VI international scientific conference. Vienna. Austria.

12-13.10.2023

"World science priorities"

with scientific work

THEORETICAL ASPECTS OF THE MEDIA FORMATION OF THE CITY LANDSCAPES



DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.10014384>




Editor in Chief Yarmo Vesik

17.10.2023

Участь у конкурсі «Multi comfort students contest» Сент-Дені у Парижі



ДИПЛОМ

підтвержує, що

Мар'яна Парнета

є учасником національного фіналу міжнародного студентського конкурсу з архітектури «MULTI COMFORT STUDENTS CONTEST 2020»
Saint-Denis, Париж, Франція

Песенков К.О.
Директор
ТОВ «Сен-Гобен Будівельна
Продукція Україна»




SAINT-GOBAIN

Україна, м. Київ,
2 жовтня 2020 року



ДОВІДКИ ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЙНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«НАЦІОНАЛЬНА КОМПАНІЯ
«УКРБІЗНЕСПРОЕКТ»

Україна, м. Львів, вул. Зелена, 115-б, ЄДРПОУ 39575329

Вих. № 02-11-23

від 08.11.2023р.

У спеціалізовану вчену раду
при Національному університеті
«Львівська політехніка»

ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ

Товариство з обмеженою відповідальністю «Національна компанія «Укрбізнеспроект» затверджує, що окремі результати дисертаційного дослідження аспірантки кафедри архітектурного проектування Інституту архітектури та дизайну Національного університету «Львівська політехніка» Парнети Мар'яни Богданівни на тему «Принципи та засоби формування і розвитку медійності архітектури громадських просторів міст», були використані при проектуванні «Реконструкції будівлі цеху безалкогольних напоїв, будівлі прохідної та нового будівництва поста охорони на вул. Солтівського, 2 в с. Струтин Золочівського району Львівської області» та «Реконструкції окремих приміщень нежитлової будівлі літ. А-3 на вул. Клепарівська, 18 м. Львів».

Директор

ТОВ «НК «Укрбізнеспроект»



Расяк М. М.



Львівська міська рада
Департамент містобудування

Управління архітектури та урбаністики

79 006, Львів, пл. Ринок, 1, тел./факс: (032) 297 59 63, e-mail: dm.uau.lmr@ukr.net

№ _____

на № _____ від _____

У спеціалізовану вчену раду
при Національному
університеті «Львівська
політехніка»

ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ

Управління архітектури та урбаністики Департаменту містобудування Львівської міської ради засвідчує, що окремі результати дисертації аспірантки, асистентки кафедри архітектурного проектування Інституту архітектури та дизайну Національного університету «Львівська політехніка» Парнети Мар'яни Богданівни на тему «Принципи та засоби формування і розвитку медійності архітектури громадських просторів», були апробовані під час розроблення Порядку розміщення малих архітектурних форм (вивісок) на території Львівської міської територіальної громади.

Заступник директора департаменту-
начальник управління,
головний архітектор міста



Антон КОЛОМЄЙЦЕВ

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
NATIONAL UNIVERSITY POLITECHNIC OF LVIV
DEPARTMENT OF ARCHITECTURE

Bandera str. 12, Lviv, 79646, Ukraine
tel./fax: +38 032 258 22 39
e-mail: tschers@polynet.lviv.ua



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІНСТИТУТ АРХІТЕКТУРИ

вул. С. Бандери, 12, м. Львів, 79646, Україна
тел./факс: +38 032 258 22 39
e-mail: tschers@polynet.lviv.ua

№ 7-71/12/23
на № _____

До спеціалізованої вченої ради
Національного університету «Львівська політехніка»

Довідка
про впровадження результатів дисертаційної роботи на тему «Принципи та засоби формування і розвитку медійності архітектури громадських просторів»
Парнети Мар'яни Богданівни у навчальному процесі

Основні положення та результати дисертаційної роботи аспірантки, асистентки кафедри архітектурного проектування Парнети Мар'яни Богданівни «Принципи та засоби формування і розвитку медійності архітектури громадських просторів», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 191 «Архітектура та містобудування», зокрема медійна модель формування архітектури, принципи, методики та практичні рекомендації щодо розвитку медійності архітектурних об'єктів та громадських просторів, впроваджені у навчальних програмах для спеціальності 191 «Архітектура та містобудування» кафедри архітектурного проектування Інституту архітектури та дизайну:

- в практичних курсах для ОКР «Бакалавр»: «Основи архітектурного проектування» - I та II семестр;
- в практичних курсах для ОКР «Магістр»: «Наукові основи формування архітектурного середовища» - I семестр.

Директор Інституту архітектури та дизайну

Доктор архітектури, професор



Богдан ЧЕРКЕС

ЗРАЗОК АНКЕТИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ОПИТУВАННЯ



Оцінка медійності архітектурного простору Львова

Шановні мешканці та відвідувачі міста Львова!

Я - аспірантка "Львівської політехніки" прошу Вас взяти участь у соціологічному опитуванні, яке стосується визначення ставлення громадян до медійності архітектури та просторів Львова. **Медійність** - це інформативна сутність архітектури, її наповненість певним змістом та символами для людей. Тож велике прохання проходити це опитування, враховуючи саме інформативні властивості архітектурного середовища Львова.

Анкета є анонімною, всі результати дослідження будуть використані для дисертаційного дослідження в узагальненому вигляді. Отримані результати сприятимуть розробленню методики для вдосконалення медійності архітектурного простору міста.

Прохання ознайомитись із запитаннями та обирати ті відповіді на них, які в найбільшій мірі збігаються з Вашою думкою.

Наперед дякую за співпрацю.

** Це опитування не несе жодного рекламного характеру. Наведені фото комерційних закладів використані лише для аналізу візуального сприйняття їх медійності.*

mars.pnt@gmail.com Змінити обліковий запис

Спільно не використовується

Зірочка (*) указує, що запитання обов'язкове

Вкажіть вашу стать: *

- Чоловік
- Жінка

Вкажіть ваш вік: *

- до 18 років
- 18 - 30 років
- 30 - 60 років
- більше 60 років

Яка у вас освіта? *

- Середня
- Незакінчена вища
- Закінчена вища

Оберіть напрямок, найближчий до вашої професії: *

Вибрати

Як довго проживаєте у Львові? *

- Менше 2 років
- 2-10 років
- Більше 10 років
- Не проживаю у Львові, але регулярно приїжджаю
- Не проживаю у Львові, але був/була у місті як турист

Як часто відвідуєте торгові центри та заклади громадського харчування? *

- Не відвідую
- Рідко відвідую
- Регулярно відвідую

Як часто відвідуєте театри, музеї та інші заклади культури? *

- Не відвідую
- Рідко відвідую
- Регулярно відвідую

Як часто відвідуєте храми? *

- Не відвідую
- Рідко відвідую
- Регулярно відвідую

Чи вважаєте ви, що архітектура є засобом передачі інформації? *

- Так
- Ні

Об'єкти, що мають найважливіше значення для медійності Львова

Оберіть 3 об'єкти, які на вашу думку мають найважливіше значення для медійності Львова. *



Оперний театр



Ратуша та Площа Ринок



Собор Св. Юра



Львівський Цирк



Церква Різдва Пресвятої Богородиці



Чорна кам'яниця



Храм Ольги і Єлисавети



Арена "Львів"



Палац Потоцьких



Домініканський собор



ТЦ "Forum Lviv"



Львівська політехніка



Арсенал



Готель на вул. Франка



Клуб "Малевич"



Костел бернардинів



Центр Шептицького



Львівський вокзал



"Шевченківський Гай"



Латинський катедральний собор



Пам'ятник Шевченку



Пам'ятник Бандері



Пам'ятник Данилу Галицькому



Статуя Нептуна

Оцінка медійності громадських просторів Львова

Оцініть ваше розуміння наведеного громадського простору Львова * по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище простір? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Оцініть ваше розуміння наведеного громадського простору Львова * по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище простір? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Оцініть ваше розуміння наведеного громадського простору Львова * по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище простір? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Оцініть ваше розуміння наведеного громадського простору Львова * по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище простір? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Оцінка медійності архітектурних об'єктів Львова

Оцініть ваше розуміння наведеного архітектурного об'єкта у Львові * по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище об'єкт? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Оцініть ваше розуміння наведеного архітектурного об'єкта у Львові * по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище об'єкт? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Оцініть ваше розуміння наведеного архітектурного об'єкта у Львові * по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище об'єкт? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Оцініть ваше розуміння наведеного архітектурного об'єкта у Львові * по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище об'єкт? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Оцінка медійності об'єктів монументального мистецтва Львова

Оцініть ваше розуміння наведеного об'єкта монументального мистецтва у Львові по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище об'єкт? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Оцініть ваше розуміння наведеного об'єкта монументального мистецтва у Львові по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище об'єкт? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Оцініть ваше розуміння наведеного об'єкта монументального мистецтва у Львові по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище об'єкт? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Оцініть ваше розуміння наведеного об'єкта монументального мистецтва у Львові по шкалі від 1 до 10.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не зрозумілий ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Цілком зрозумілий

Яку інформацію доносить до вас наведений вище об'єкт? *

- Історичну
- Політичну
- Релігійну
- Меморіальну
- Національну
- Комерційну
- Естетичну
- Функціональну
- Географічну

Порівняння медійності різних варіантів архітектурного середовища

Оберіть варіант площі перед Оперним театром, який вам більше подобається. *



1



2



3



4

Оберіть варіант реставрації дверей, який вам більше подобається. *



1



2

Оберіть варіант аптеки, який вам більше подобається. *



1



2

Оберіть варіант вітрини, який вам більше подобається. *



1



2

Оберіть фасад закладу, який вам більше подобається. *



1



2

І ще кілька питань наостанок:

Які емоції викликає у вас архітектурне середовище Львова? *

Ваша відповідь

Як, на вашу думку, впливає поява сучасної архітектури на історичне середовище Львова? *

Ваша відповідь

Якби у вас була можливість транслювати щось на великому екрані посеред Львова, що б це було? *

Ваша відповідь