

Трансформация урбанистической символики в современных обществах (на примере ориентационных знаков)

Научный руководитель – Вершинина Инна Альфредовна

Медовская Татьяна Леонидовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: medovskaya_1101@mail.ru

Мир вступает в новую эпоху. Стремительное увеличение роли технических средств, компьютерная революция, сопутствующий переход в информационную эру обусловили глубокую трансформацию ценностных аспектов человеческой жизни, а также создали новый язык коммуникации. Техническая экспансия и глобальные процессы современности, стирающие социокультурные границы, повлекли за собой потерю значимости традиционных социальных институтов и почти гомогенизировали культурные традиции различных народов [3]. Как следствие - борьба за идентичность и своеобразие, конкуренция, охватывающая не только уровень национальных государств, но и городов, где на первый план выходит конструирование имиджа.

Городская форма организации физического и социального пространства с каждым годом все больше усложняется, что в высшей степени характерно для крупных мегаполисов, существующих в среде множественных информационных потоков, как внутренних, так и внешних. В подобных условиях, во избежание чрезмерного повышения сложности повседневных практик человека, особую значимость приобретают визуальные стратегии формирования и преобразования пространства [1].

Таким образом, в современных условиях особый смысл для изучения городских коммуникационных процессов имеет проблема **производства и интерпретации урбанистических символов** [4], являющихся важными элементами ориентации человека в пространстве.

Коммуникативное пространство современных мегаполисов, перенасыщенное различной информацией, рождает новую проблематику, связанную с символическими ориентационными системами города.

Речь идет об усложнении городской пространственной структуры. В связи с этим, большие города наполняются всё большим количеством ориентационных знаков (таблички, вывески, указатели, карты и т.п.). К тому же, к привычным формам добавляются новые - электронно-навигационные, постепенно замещающие собой другие типы.

Объект исследования - знаковое коммуникативное пространство мегаполиса в обществах эпохи глобализации.

Предмет исследования - урбанистическая символика как элемент ориентации индивидов в пространстве современного мегаполиса.

Цель исследования - определить характер влияния глобализационных и глокализационных процессов, подкрепленных развитием информационных технологий, на конфигурацию ориентационного символического пространства современного мегаполиса и на формирование его образа в общественном сознании.

Ориентационная символическая система города находится на стыке культурной и социальной сфер. На основании проведенных теоретических и эмпирических исследований выделены следующие элементы данной системы:

1) «Места памяти». Это культурно-исторические постройки, ставшие символами города, являющиеся составными частями его образа - архитектурные сооружения [2], памятники и скульптуры, музеи.

2) «Прагматическая» архитектура: жилые дома, офисные здания, магазины и торговые центры, учреждения бюджетной сферы (медицина, образование, государственная служба).

3) «Чисто ориентационные» знаки и символы.

а) Текстовые информационные системы: «вейфайндинг», или система ориентирующей информации [5], включающая в себя различные вывески и таблички, голосовые объявления, карты и др.

б) Электронные навигационные системы, включающие в себя как индивидуальные девайсы и гаджеты, так и общественные интерактивные материалы.

4) Реклама.

5) Жители города.

Итак, современные города стремительно расширяются, преобразуются в мегаполисы, поэтому необходимо дополнять пространство «чисто ориентационной символикой». Такие ориентационные структуры упрощают нахождение людей в городском пространстве, позволяют быстрее идентифицировать место своего пребывания, но, в то же время, по причине своей множественности создают некую информационную путаницу.

Развитие ориентационных электронных технологий (навигаторы, приложения для смартфонов, интерактивные карты) позволяет без особых усилий определить своё местоположение и построить путь до пункта назначения, что способствует развитию зависимости человека от гаджетов и девайсов. Горожане (особенно это присуще большим мегаполисам) теряют способность самостоятельно ориентироваться в пространстве.

Наконец, в XXI веке особую значимость приобретает умение ориентироваться не только в пространстве, но и во времени, чему способствует быстрый темп жизни в городах и мегаполисах.

Источники и литература

- 1) Арнхейм Р. Визуальное мышление // Хрестоматия по общей психологии. Психология мышления. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. С. 97—107.
- 2) Mumford L. The Culture of Cities. Harcourt, Brace and company, 1938.
- 3) Robertson R. Globalization: Social Theory and Global Culture (Theory, Culture & Society Series) / R. Robertson // SAGE Publications, 1992.
- 4) Therborn G. Eastern Drama. Capitals of Eastern Europe, 1830s-2006: An Introductory Overview // International Review of Sociology, 16(2). P. 209–242.
- 5) Инде.ру: <http://inde.io/article/1263-dizayner-ilya-ruderman-sistema-navigatsii-nuzhna-dlya-togo-htoby-ob-yasnit-lyudyam-pravila-polzovaniya-produktom-pod-nazvaniem-gorod>