

ИСТОКИ «БИОСФЕРНОЙ АРХИТЕКТУРЫ» В ТЕРРИТОРИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Сириус (лат. Sirius), также αБольшогоПса (лат. αCanisMajoris) – ярчайшая звезда ночного неба. В 1844 году Ф. Бессель предположил, что Сириус представляет собой двойную звезду. В 1862 году А. Кларк обнаружил звезду-компаньона, получившую название Сириус В. Видимую звезду называют Сириусом А.

Многие древние культуры придавали особое значение Сириусу. Жители долины реки Нила поклонялись ему задолго до времени основания Рима. В Древнем Египте Сириус считался самой важной звездой и ассоциировался с наиболее почитаемой египетской богиней – Исидой.

Согласно мифологическим источникам, в период истории до правления фараонов Древний Египет находился под властью близнецов Шу иТэфнут, которые способствовали отделению Неба от Земли. Шу иТэфнут – божественные львы-близнецы – были детьми бога Солнца Ра. Их власть символизировалась двумя коронами Египта. В то время существовало Южное царство с двумя столицами – Нехен и Нехеб – и Северное царство, также имевшее двойную столицу – Деп и Пе. Во всяком случае, оставшиеся свидетельства того периода демонстрируют подчеркнуто двойной характер; определенно, именно в то время была открыта гелиопольская тайна вечного дуализма. В последующем объединение Верхнего и Нижнего Египта послужило объединению форм корон двух царств в одну.

В универсальности этой символики можно убедиться и на основе того факта, что у индейцев хопи также есть похожая легенда о богах-близнецах по имени Покангхойя и Полонго-хойя, охраняющих соответственно северную и южную земные оси. Главная задача этих богов состояла в том, чтобы сохранять равновесие Земли.

Подобного рода анализ наводит на мысль, что знания о взаимодействии звёзд и планеты Земля находило отражение в гармоничном развитии конкретной территории и на определённый период времени. Эти взаимоотношения облекались в форму мифа с участием фантастических либо исторически реально существовавших лиц.

В додинастический период Древнего Египта каждая деревня, поселение или город имели собственное божество, поклонение которому усиливалось или приходило в упадок в зависимости от судьбы всей местной общины. Когда же государство было постепенно разделено на административные округа (хеспу, или «номы»), какой-либо один бог или группа богов определялись в качестве покровителей одного или нескольких номов. Уже в самом начале династического периода главным божеством Саиса была Нейт, Бусириса – Осирис, Гермополя – Тот, Пер-Уаджета – Уаджет, Мемфиса – Птах, Крокодилополя – Себек, Фив – Амон, Нехена – Нехбет и Элефантины – Хнему. Бог Тот обучил египтян медицине, астрономии, математике и другим наукам. Амон приобрёл облик бога плодородия. Нейт – богиня войны и охоты. Осирис символизировал загробный мир и возрождение и, по всей видимости, относился к храмовому поселению. Себек ассоциировался с водой. Хнем покровительствовал гончарному делу. Птах – искусствам [1].

Всё это очень напоминает сообщество Культур (поселений) с территориальной организацией на основе конфедеративного устройства. По сути, это прототип того, что мы сегодня можем назвать понятием «биосферная архитектура».

Сейчас можно только выдвигать гипотезы о той логике, которой была подчинена система расселения Древнего мира. Однако если древние египтяне очень серьёзно относились к звёздам и планетам, то подобное соответствие свидетельствует о том, что поселения имели каждый свою культурную специализацию в общей системе расселения. И очевидно то, что концентрация потенциала каждого поселения на конкретной идее позволяла получить определённый результат. Это, по всей видимости, позволяло им использовать Культуру как основу экономического развития региона. Причём, судя по тому, какие направления жизнедеятельности получали развитие, можно сказать, что была создана кооперативная система, обеспечивающая деятельность самодостаточной экономической модели. Таким образом, видимо и достигалось устойчивое развитие территории на довольно длительный период.

Подобные наблюдения имели место и в современной зарубежной практике. Есть красивая гипотеза художника, композитора и писателя Даниэля Готье, опубликованная в статье «Карты вечности». Согласно его наблюдениям, расположение на территории северной Франции готических соборов, посвященных Деве Марии, отражает расположение основных звезд в созвездии Девы. Это кафедральные соборы в Реймсе, Ле Мане, Шартре, Эвре, Байе, Амьене, Бру, Париже, Лионе, Руане. Однако это только предположение, и до настоящего времени оно так и остаётся предположением.

Вместе с тем, наличие таких аналогий даёт огромный материал для переосмысления процессов, участвующих в «окультуривании» пространства. Наложение планировочной структуры территорий на космические объекты создаёт поле для творческого восприятия пространства.

Наряду с современной научной точкой зрения строения пространства тысячелетия назад сложилось традиционное мифологическое представление об этих процессах. Современное общество также нуждается в выработке комплексных решений в области представлений о процессах культурного восприятия пространства. Актуализируются вопросы, связанные с интерпретацией места и пространства в Культуре.

Осмысление пространства становится предметом интереса всё большего числа научных дисциплин, в связи с чем в области знаний современными исследователями создана новая наука геомифология. Она объединила в себе научное изучение Земли и анализ древних легенд. Как отмечает журнал «Наука», изучение легенд построено на предположении, что исследование фольклора помогут дать представления о событиях будущего.

Ещё в первобытную эпоху стихийно возникают коллективные воззрения на мир, в которых выражается согласованное мнение различных сообществ людей на устройство мира, отношение и оценку его, закрепляемое и передаваемое будущим поколениям. Одной из древнейших форм мировоззрения является мифология (от греч. *mythos* – легенда, повествование, *logos* – слово, учение), которая в фантастической форме объясняет устройство природы и события общественной жизни.

Латинское слово *legenda* означает: «то, что должно быть прочитанным». Весьма часто понятие «легенда» используется как расшифровка условных обозначений или аббревиатур, которые использует программа, топологическая карта, документ [2].

Легендам присуща своя специфика бытования, организация поэтической структуры, свои функции, в них отражается история народа, который создавал эти произведения. Легенды являются сокровищницей социально-экономического, политического, идейно-эстетического и этического опыта народа.

Важность легенды как факта локальной истории проявляется в большинстве своем не в документальности общения, хотя это тоже немаловажно, но прежде всего в содержательности его психологического плана. Отдельное предание интересно уже постольку, поскольку в нем проявляется отношение местного населения к событию, факту или историческим лицам, передающееся путём образного мышления. Благодаря этим разрозненным оценкам складывается впечатление об общей картине жизни городов и их жителей.

В легенды обязательно входят фантастические элементы. Однако если их опустить, остаётся сама историческая основа – действительное событие. В исторической реальности примером служит факт существования раскопанной Шлиманом легендарной Трои. Легенда как бы ориентирует нас на будущее, даёт его «модель» и побуждает к действию [3].

Укоренённость в земле многих священных текстов и писаний, а также легенд и мифов создали идею паломничества, которая несет в себе идею путешествия по Тексту и внутрь Текста. Конкретные места на земле, таким образом, часть этого большого Текста. Базовый текст культуры стоит на земле, вырастает из нее и насыщает её своими смыслами. Взять хотя бы для примера город Иерусалим, который сам по себе уже легенда.

Обращение к легенде инициирует, в первую очередь, изучение исторических этапов и возможных реальных событий конкретного места в будущем. Подобные технологии предков, на наш взгляд, формируются в процессе развития конкретного места и могут быть рассмотрены как реальный программный пакет. Однако для развития пространства важнее то, что в этой реальности прочитывается определённый подтекст места, принципиальной чертой которого являются:

- стремление объяснить или проиллюстрировать смысловую целостность и структурированность места событий;
- особенность взгляда на место, подчёркивающее особенное пространственное представление о его развитии;
- рассмотрение каждого элемента абстрактного пространства как результат отбора акцентов с определёнными исходными установками;
- идеализация действительности, отношение к ней как к сказке, наполненной особым смыслом.

Мысль легенды основана на сложности представления культурного пространства в виде пространства смыслов, заложенных в легенде, определяющих развитие места в глобальном и местном масштабе, что позволяет сформулировать направления деятельности:

1. Осмысление семиотики пространства легенды позволяет проанализировать значение используемых символов в источниках разных народов и различных периодов. Суть этого процесса заключается в использовании имеющихся интерпретаций пространственных представлений для определения правильного понимания значения символа. Анализ множественности источников позволяет достичь положительного результата.

2. В результате, каждому этапу места в последовательной цепи событий может соответствовать только одно смысловое значение, что позволяет выстроить в пространстве красивую и разветвляющуюся систему, наполненную содержанием.

3. Каждое пространственное представление, каждая деталь места и их комплексное видение могут быть рассмотрены как пространственный программный документ. Такая целостная знаковая система, организованная в смысловом пространстве, позволяет определить местонахождение знаков в реальном пространстве.

Подобная организация процесса выражается в стремлении соединения нематериального культурного наследия с разновидностями социального, функционального, экономического и культурного материального пространства и возможности гармоничного сочетания видения предков с современным видением.

Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что назрела необходимость выстраивания прямой взаимосвязи легенды с реальным развитием пространства. Это позволит показать возможности использования легенды в массовом сознании, определяя его как особенный контекст места.

Обыватель зачастую представляет себе мир таким, каким его рисуют средства массовой информации, и таким, каким ему позволяет его видеть личный «жизненный» опыт. Его взгляд качественно отличается от того, каким он является в виде объекта изучения истории места. Но именно в этом поле – в пространстве пространственных представлений людей – и формируются экономические, социальные и культурные инновации, принимаются решения, действуют важнейшие факторы общественной жизни. Значит, реальное применение наследия предков, полезное ещё и для программного управления развитием городов и регионов.

Объединение и взаимное дополнение методологии и пространственных представлений (мифологий) позволит эффективно и современно влиять на культурное и социально-экономическое развитие городских и сельских поселений путём создания имиджа места и построения конструкции пространственных мифологий.

Считается, что в целом культура движется от вымысла и условности к знанию, к закону. Развитие науки и цивилизации часто обесценивает миф, показывает неадекватность регулятивных функций и ценностей мифа, сущности современной социокультурной действительности. Однако это не значит, что миф исчерпал себя. Миф в современной культуре создает средства и способы символического мышления, он способен ценности современной культуры интерпретировать через идею «героического», что, скажем недоступно науке. В таком подходе усматривается наличие биосферного мышления.

В современном мире человек всё чаще стремится уйти от реальности в новые миры, переместиться на другие планеты, вернуться в прошлое или заглянуть в будущее. В этом случае, любая гипотеза требует своего предметного воплощения для того, чтобы быть всесторонне воспринятой и оцененной. Городской дизайн, граффити, элементы рекламы, футуристические интерьеры создают образ мира, который возможен и достижим, если будет соответствовать мечтам и чаяниям современников и потомков. Прогнозируя вероятные тенденции развития человека и его предметного мира, воплотить мечту в вещь способен дизайнер.

Обращение к дизайну в этом случае обусловлено его теоретико-методологическими особенностями экстраполировать уже существующие проблемы и противоречия материального окружения и поиска новых, требующих осмысления. Именно это определяет наличие присущих дизайну социальных последствий и позволяет переопределить и зафиксировать человеческие ценности, соответствующие определенному этапу развития социума.

Роль дизайнера в формировании городской среды смещается от преобразования ее материального наполнения и формирования ее стилистической окраски к осмыслению ее цифрового аспекта, выявлению коммуникационного потенциала и приведению ее к согласию с современной моделью мира, где доминирующей материей оказывается информация.

Ведь именно дизайну, как интегратору комплексных идей и замыслов, отводится роль связующего звена между решениями в отдельных областях городского функционирования и обеспечением комфортного пребывания человека в урбанистическом пространстве в соответствии с его потребностями и уровнем научно-технологического развития общества.

Дизайн открывает широкие возможности материализации эстетических идей, новые горизонты красоты и величия человека. Дизайн, это уникальное по своей природе явление, востребовал множество естественных дарований человека, ценности эстетики, этики, соединив в себе историю и будущее. Дизайн помогает человеку ощутить насыщенность собственного существования разнообразием возможностей, помогает ощутить обладание собственным богатым воображением.

Смысл дизайнера – стать уникальным, мощным и эффективным возбудителем эстетической и облагороженной активности общества, возвышать личность, открывать перед ней пути совершенствования себя и окружающего социального и природного мира на ценностях прошлого и настоящего.

Это тот случай, когда возможно соединение дизайнера с древней историей, как попытка воссоздать пространственные культурные модели, характерные для древних цивилизаций и как способ осознать себя частью мировой культуры.

По аналогии с Древним миром, для реализации предлагается пространственная структура, основу которой составляет сеть железнодорожных магистралей, состоящих из системы транспортных треугольников. Транспортные железнодорожные треугольники ограничены городами Гомель-Калинковичи-Жлобин, Барановичи-Лунинец-Жабинка, Могилёв-Орша-Кричев, Витебск-Полоцк-Невель (Россия), Лида-Молодечно-Вильнюс (Литва). Внешние взаимосвязи между системами городов основаны на трактовке легенд. Внутренние связи и принцип их взаимодействия предлагается на базе строения биосферы, где в качестве визуального прототипа используется структура сферы радуги, состоящей из спектра семи цветов.

Использование дизайнера в создании имиджа городов и их брендов будет «оживлять» территориальное пространство, «собирать» пространство, намечая его стягивающие культурно-смысловые центры. Таким образом, возможно решение проблемы множественности пространств на одной территории и наоборот – единства культурного пространства на разных территориях. В реализации функций дизайнера проявятся его социально-культурные, функционально-потребительские и коммуникативно-эстетические ценности. Тем самым становится возможным, приблизится к идее реализации биосферной архитектуры.

Система территориальных брендов позволит реабилитировать некогда заурядную территорию, имевшую мало туристических, культурных и имиджевых преимуществ. В облике города любой величины дизайн играет огромную роль. Новое «лицо» городов сможет объединить разрозненный круг мероприятий, инициатив, программ и услуг. Это увеличит конкурентоспособность системы городов и придаст им значение важного туристического объекта.

Мы живем в брендированной культурной среде и наблюдаем появление брендов повсеместно – среди людей, в разных местах, вещах. Все сосредоточено на одном: города применяют основы бренда для достижения своих целей, будь то привлечение большего количества туристов и инвестирование или человеческий капитал. По всему миру мы видим много примеров, как города используют разные подходы для развития бренда с целью улучшения своего имиджа.

Список цитированных источников

1. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/> – Дата доступа: 15.03.2013 г.
2. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://elhow.ru/ucheba/opredelenija/> – Дата доступа: 18.03.2013 г.
3. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://sovam.com.ua/elektronnaya_biblioteka/ – Дата доступа: 20.03.2013 г.