



ДИЗАЙН СУВЕНИРА КАК РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА

АННОТАЦИЯ

Актуальность. В Екатеринбурге уделяется много внимания созданию своего уникального визуального образа. Самый простой способ воплощения визуального образа города – это сувенир. Автор выделяет несколько плоскостей исследования, имеющих особую актуальность: во-первых, проблема поиска идей для проектирования городского сувенира; во-вторых, влияние процессов времени и семантических структур городского пространства на концептуальность сувенира. Целью статьи является изучение репрезентации визуального образа городского пространства через дизайн сувенира. Задачами исследования являются: обозначение семантических точек соприкосновения «образ места городского пространства» и «дизайн сувенира»; дизайн сувенира как феномен памяти смысловых ассоциаций жителей и гостей города при упоминании конкретной территории.

В **методологическую базу** исследования вошли системный подход и семиотика. Автор рассматривает взаимодействия «человек–предмет», происходящие внутри определённого городского пространства субъектно-объектной среды, познаваемой с помощью приёмов семантико-семиологических практик. Кроме архитектурной и промышленной составляющих в Екатеринбурге можно выделить семиотическую конфигуративность бинарных оппозиций "хороший/плохой", "мужской/женский", "верхний/нижний", "берег/пруд", "город/пригород" и т.д. Исследуя данные оппозиции, автор отыскивает базовые метафоры для описания того или иного визуального образа городского пространства, отражение в сувенирах, презентующих город. Екатеринбург – конгломерат кодов, которые позволяют его читать (колористический/ольфакторный/звуковой/вербальный/визуальный).

Результаты и выводы. Памятники, городские легенды и другие тексты города – это сообщения, которые позволяют нам составлять образ места. Они имеют определённый набор неотъемлемых свойств, которые вокруг памятника создают определённое семантическое пространство с набором ритуальных действий и знаков. Сувениры можно представить как биты информации, формирующие некую стабильную сетку семантических констант. Поэтому, чтобы сувенир был востребован, его форма культуры, дизайн должны развиваться вместе с городским пространством.

АКТУАЛЬНОСТЬ

В настоящее время достаточно активно обсуждаются вопросы, касающиеся коммуникативных характеристик городского сувенира, при этом не всегда учитывается, что процессы визуализации протекают не только в культурной среде и исследуются в рамках визуальной культуры, они также подчинены процессам коммуникации во времени и присущи семантическим структурам культурных форм, носителем которых выступает городское пространство. Несмотря на большое количество сувенирной продукции в торговых точках, при ближайшем рассмотрении оказывается, что это достаточно предсказу-

емые шаблонные решения: ящерики на змеевике, кружки и тарелки с фотоизображениями города, камнерезные шкатулки, малахитовые брелоки и тому подобные сувениры. Перед проектированием городского сувенира возникает как минимум два проблемных вопроса: откуда брать новые идеи для сувениров, репрезентирующих визуальный образ городского пространства, и какие смысловые ассоциации должны возникать у жителей и гостей города при упоминании данной территории.

Гипотеза исследования репрезентации визуального образа городского пространства позволит переосмыслить сложившиеся в культурологии коммуникативные трактовки передачи семантических визуальных

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Босых Ирина Борисовна
*Уральский государственный
архитектурно-художественный
университет им. Н.С. Алфёрова*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Дизайн городского сувенира, визуальный образ, городское пространство, семиотика места, сувениры Екатеринбурга.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Босых И. Б. Дизайн сувенира как репрезентация визуального образа городского пространства // Управление культурой. 2023. № 1 (5). С. 41–48.

смыслов, выявить сложные механизмы трансформации коммуникативного визуального языка дизайна сувенира, отображающего городское пространство, а также лучше понять сам феномен сувенира.

Изученная литература по теме статьи представлена научными публикациями и монографиями, где исследуются различные аспекты сувениров и городского пространство. Всю изученную нами литературу можно разделить на две группы: семантика и знаки городского пространства (Р. Барт [1]; Ю. М. Лотман [2]; Ф. де Соссюр [3]; Л. Ф. Чертов [4]) и дизайн сувенира (И. Б. Босых [5, 6]; Т. Ю. Быстрова [7, 8]).

Целью статьи является изучение репрезентации визуального образа городского пространства и дизайна сувенира. Задачи представляемого в публикации исследования заключаются в обозначении семантических точек городского пространства и соприкосновении этих точек с дизайном сувенира как феномена памяти.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ БАЗА

При проведении исследования системный подход позволил нам изучить феномен изменяющегося городского пространства; метод семантического анализа позволил изучить знаковую структуру текстов визуального образа городского пространства, которые можно впоследствии воплотить в дизайне сувенира. Семиотика хороша тем, что даёт возможность сначала разделить городское пространство на части, посмотреть по отдельности, а потом собрать с новыми смыслами. После сборки предмета в одно целое можно увидеть нечто совершенно новое, позволяющее прочесть город чуть больше, чуть глубже.

Авторы Т. Ю. Быстрова и А. К. Хисматуллин дают такое определение понятия «сувенир» – это «вещь природы или культуры, имеющей повышенную степень духовной близости человеку» [7, с. 16—17]. Все взаимодействия «человек–предмет» происходят внутри определённого пространства. Городское пространство по своей сути является субъектно-объектной средой, где индивид (горожанин) – активно познающий субъект, а город в статусе объекта, познаваемого с помощью специфических приёмов семантико-семиологических практик. Женевский профессор Фердинанд де Соссюр в начале XX века сформулировал теорию знака. Знак соотносит из означающего (акустического образа слова в нашем сознании) и означаемого некую идею, которая этим словом передаётся [3, с. 68]. Свою теорию знака он назвал *semiologie* – во французской традиции закрепилось это название, тогда как русская следует за англоязычным термином *semiotics*. Оба слова происходят от греческого *semeion* – знак. В этом смысле город – система знаков, которые надо уметь читать. Теоретик культурной памяти Р. Барт, сравнивая город с доской, подчеркивает, что с него невозможно стереть все тексты, написанные ранее. Горожане являются одновременно читателями и авторами подтекста [1, с. 198—204].

Аналогия очень простая, если весь мир – это текст, человек – текст, который можно читать, то наверняка

можно представить, что город – это тоже некоторый текст, который можно прочесть и как-то интерпретировать, например, в сувенире. Сувенир выступает неким сообщением, обозначающим территорию определённым образом, выделяет её среди других, при этом транслируя региональную знаковую самобытность. То есть текст состоит из некоторых знаков, которые что-то означают и с помощью своих означающих дают нам понять, что это такое на самом деле. Поскольку город – это текст, то должны быть читатели и авторы этого текста. Мы с вами предстаём как читатели, а авторами могут выступать кто угодно. Например, правители, которые делают линейную структуру городов; сама история, которая создаёт городские пространства, особенно политические доминанты.

Через семантические интерпретации начинает выявляться какой-то язык, связанный с метафорой. Метафора любого города оказывается доминирующей для схватывания базовой идеи этого города, через которую мы понимаем его основные символы и смыслы. Другой подход предложил Лотман Ю. М., он называет город семиосферой: город является семиотическим механизмом, отображением и генератором культуры, что означает, когда какая-то культура прошла, то остался город. Возникает двойственное понимание: с одной стороны, зная культуру, можно понять город, с другой стороны, зная город, можно понять культуру и даже историю, то есть, читая город, выделять элементы культурной составляющей [2, с. 250—297]. Действительно, живя в городе, мы постоянно читаем – слова, выражения, символы, рекламу, дизайн упаковки продуктов питания, расписание транспорта, различные инструкции и т.д. Слово «читать» в семиотике связано с понятием текста, горожане постоянно соприкасаются с реальными текстами. Лотман называл город плавильным котлом величайшего количества кодов, символов и текстов. Зная это, можно понять, как вытаскивать смыслы и упаковывать их в материальный объект памяти, например, сувенир. «Сувенир – отглавленное существо, как бы говорящее «Вспомни!...»» [8, с. 17].

РЕЗУЛЬТАТЫ

Городское пространство имеет четыре функции: пространство как оперативная вторичная иллюзия в тексте; пространство раскрывается через геометрические категории (точка, прямая, плоскость и расстояние); пространственные искусства (живопись, скульптура, архитектура) образуют третью функцию пространства; пространственность влияет на акт интерпретации. Если представить, что Екатеринбург функционирует как некий плавильный котёл конфигурации знаков, которые можно читать и интерпретировать, то можно попытаться прочесть культурный код города. Архитектуру Екатеринбурга можно представить в виде языковых слоёв. С одной стороны, язык власти, даже на уровне бытового разговора есть купеческие, сталинки, хрущёвки, брежневки, которые отражают определённые периоды времени, то как

государство взаимодействовало с жителями и планировало наш город, в какую сторону он разрастался – это один языковой слой. Взаимодействие горожан с городом – это следующий языковой слой.

За хронологический период с 1702 по 2023 годы Екатеринбург был застроен «более тысячи площадей, проспектов, бульваров, улиц, переулков и проездов» [9, с. 10]. Современный Екатеринбург представлен разными районами (ВИЗ, Уралмаш, Эльмаш и др.), которые отображают зависимость от производственного цикла и политического режима, что выражается промышленными знаковыми системами городского пространства (производство и технологический порядок, некоторый режим и упорядоченность знаков). В определённой политической парадигме, когда строилось большое количество предприятий, был соответствующий подход к городскому планированию. Сегодня антропологам понятно, как это отражается на культурной составляющей жизни людей, которые в этих кварталах живут и ходят по улицам Екатеринбурга. До нас доносятся не только отголоски, но и прямое наследование того режима и паттерны поведения. Использование социальной памяти в проектировании презентации городского пространства действительно хорошо отражается в сувенирах.

Архитектура является обобщённым выражением семиотических текстов. Не во всех городах есть мощное технологическое производство, но в любом городе есть архитектура. Кроме архитектурной и промышленной составляющих в Екатеринбурге можно выделить семиотическую конфигуративность бинарных оппозиций «хороший/плохой», «мужской/женский», «верхний/нижний», «берег/пруд», «город/пригород» и т.д. Исследуя данные оппозиции, можно отыскать те самые базовые метафоры для описания того или иного визуального образа городского пространства, перевод этого текста на язык семиотики позволил бы представить репрезентацию, воплощённую в дизайне сувенира.

Описывая екатеринбургский текст через оппозицию «берег/пруд», структурная семиотика апеллирует оппозиционными категориями «естественное/искусственное». Город, созданный вопреки природе и находящийся в борьбе с нею (пруд – искусственное перегородивание реки Исеть), даёт двойную возможность интерпретации города: как победы разума над природными стихиями, с одной стороны, и как извращённости естественного порядка – с другой. Этот важный переход непосредственно к городу как тексту и тексту как городу, который обрамляет город, в свою очередь может генерировать большое количество разных текстов, городских легенд, мифов. Например, туман над прудом, в котором плавают утки; набережная промышленного города и города культуры. Всё это соединяется в прозе или поэзии разных писателей, которые пишут о Екатеринбурге, в некоторую семиосферу, семантическое пространство, которое может найти отражение в сувенирах, презентующих город. Когда используются разные типы оппозиций, то хорошо понимается природа городского пространства. Через чтение зна-

ков и текстов вокруг города, которые в дальнейшем будут генерироваться, создаётся репутационная база и понимание города. Например, вокруг оппозиции «природная/индустриальная» генерируется набор текстов, связанных с героическим освоением природного пространства с помощью тяжелого, но полезного общественного труда, на благо государства.

Влияние органицистских концепций на исследование города привело к развитию представлений о собственной речи города (язык архитектуры), «системе органов» города (метрополитен как кровеносная сетка сосудов), «глазах» города (окна, городские таблоиды, местные новостные каналы). Помимо оппозиций семиотика часто оперирует понятием адресант (отправляет сообщение) и адресат (читает сообщение).

Одной из самых существенных семиотических особенностей большого города, по-видимому, с самого начала его истории является многоязычие или в более общем смысле наличие нескольких одновременно используемых семиотических систем, понимание того, что в городе существует большое количество кодов, позволяет его читать. Читая Екатеринбург как знаковую систему, семиотику городского пространства необходимо рассматривать в русле разных, отличающихся друг от друга знаковых систем (антропогенной среды; пространства объектов архитектуры; социокультурную коммуникацию разных людей, которые говорят про город; через колористический/ольфакторный/звуковой/вербальный/визуальный) и другие коды. Екатеринбург безусловно конгломерат кодов, когда используют понятие текст города, необходимо искать такие доминанты, которые понятны большинству горожан. Семиотика точная наука, пытаюсь разбить городские тексты на некоторые коды, можно было бы на каждый код создать своеобразную карту, чтоб адресатам было легче выявить доминанты, читать их и интерпретировать. Дизайнерам такая карта помогла бы проектировать городские памятные сувениры. Для исследователей городского пространства, архитекторов, антропологов, историков в том числе, такая книга (или онлайн-ресурс), как читать екатеринбургский текст города была бы полезной. Некое соединение и вычленение всех знаков из произведений о Екатеринбурге, которые сгруппированы в некую текстовую форму, с одной стороны, и, с другой стороны, действительные труды историков, антропологов, архитекторов, которые каким-то образом код Екатеринбурга вычленяют, используя конкретные знаки. Согласитесь, сейчас нам не нужно было бы проводить исследования на большой территории по выявлению, откуда брать идеи для репрезентативных сувениров, если бы была книга (или онлайн-ресурс) про действительно екатеринбургский текст, который мы бы хорошо понимали. Прочитав, взяла бы базовые установки и воплотила их в конечный материальный сувенирный объект. Сейчас есть ощущение, что приходится каждый раз начинать процесс проектирования с самого начала, с нуля. Рассмотрим некоторые примеры кодов семиотических слоёв Екатеринбурга.

Городская колористика Екатеринбурга представляет собой знаковую систему, где цвет понимается как способ визуальной коммуникации, особого рода язык, состоящий из отдельных знаков. Л. Ф. Чертов в семантике цвета выделяет и противопоставляет друг другу два смысловых различия: «алфавит» и «палитра». «Принцип палитры»: относится, прежде всего, к системе цветовых отношений, которая может быть сопоставлена с парадигматическими отношениями фонем в языке, т. е. опять-таки, с «алфавитом». <...> Этому принципу подчиняются, например, отношения между «фигурами» (понятными как в обычном, так и в специальном семиотическом смысле), из которых складываются значимые пространственные формы в произведениях архитектуры или дизайна» [4, с. 184]. Каждый цветовой знак имеет разные по глубине уровни значения. Один и тот же тон или оттенок, в зависимости от контекста и условий его использования, может выступать в роли индекса, у которого форма следует из содержания; или символа, у которого форма связана с содержанием совершенно произвольно и условно. Рассматривая колористический код Екатеринбурга, можно увидеть, что он зависит от городского района (парковые и промышленные зоны) и сезона (оттенки серого, белого, зелёного и др.). Используя в репрезентации городского пространства колористическую палитру конструкций, заложенную непосредственно при строительстве и основании города, можно более точно передать в сувенирах смыслы разных эпох. Цвет читается адресатом, как визуальная коммуникация, некое сообщение.

Ольфакторный код также фиксирует воспоминания жителей. Отечественные и западные исследователи запахов (биологи, лингвисты, психологи, антропологи) считают ароматы важным аспектом повседневной жизни человека. Стараются расшифровать символические смыслы запахов и понять, почему они неразрывны с памятью и воображением. Несмотря на существующие глубинные объективные универсалии при выведении оценки «приятное/неприятное», существует субъективная специфика обонятельной информации, которая оценивается по принципу «нравится/не нравится» [10, Т. 1, с. 88]. Художники и дизайнеры иногда пытаются зайти в ольфакторную сферу для актуализации памяти. Если на месте, где была кондитерская фабрика организовать выставку современного искусства и в этом пространстве распространить запах конфет, то можно предположить, что посетителям это понравится, они начнут вспоминать рассказы своих престарелых родственников о прошлом. Разделяя городское пространство на коды, где город как адресант, нам как адресатам через ольфакторный код передаёт сообщение, что он пахнет сладостью, свежим хлебом, выхлопными автомобильными газами, утренней влажностью пруда и т.д.

Саундскейп, звуковой код, звуковой ландшафт – всё, что мы слышим в Екатеринбурге: дорогу, птиц в дендропарке, шума машин, аудиорекламу и прочее звуковое загрязнение. Интерпретируя звуки городско-

го пространства, пытаемся зафиксировать внимание по отдельности на разных составляющих звукового сообщения, которое даёт нам город о происходящем, звуки рынка, автодорожного и железнодорожного вокзалов. Ритмы звуков железной дороги вызывают романтические ассоциации и могут вдохновить композиторов. Звуки птиц активизируют представление, что Екатеринбург природный комплекс, хотя это не совсем так. Через анализ парковых зелёных пространств создаётся впечатление, что это экологически благополучный город, данный образ тянет за собой образы и смыслы репрезентации города.

Ландшафтный код. Для города характерна органическая привязка к естественному ландшафту. Городское пространство Екатеринбурга адекватно отражает его структуру и особенности облика города. Если смотреть на карту, то это однозначно система прудов реки Исеть, которые оказываются и границами разных районов. Убрав с карты город и оставив только ландшафт, можно увидеть перепад высот, который каким-то образом может формировать представление о репрезентации городского пространства.

У города есть образы и характеристики, представляющие его как целое, иными словами, локальный текст. Образы и характеристики типологически достаточно разнообразны, в оценочном отношении могут быть позитивными, нейтральными и даже негативными. Локальным текстом может быть получивший известность местный продукт, развитая здесь производственная отрасль, природное окружение, культурные и исторические аллюзии. Персонажи, которые известны всем и они связаны с местом, в том числе ассоциируемый с местом персонаж общенациональной известности. Лингвистические особенности местного говора или городской герб, локальная норма произношения названия города или слова или упоминание его в том или ином прецедентном тексте и др. Все эти образы и характеристики, закреплённые за городом, изначально имеют или стремятся обрести вид застывшей словесной (или визуальной) формулы, а их важная функция – наполнять конкретным содержанием представление о специфичности / уникальности города. Сказанное позволяет обозначить их как формулы локальной идентичности, когда они, все собранные вместе, оказываются той самой семиосферой города или «локальным текстом». Главная функция локального текста – наполнять город и постоянно разъяснять жителям, представлять обществу, что есть наш город.

У каждого города есть свой символ. Одним из символов Екатеринбурга является бывшая Водонапорная башня, памятник архитектуры XIX века, построена и введена в эксплуатацию в 1880-е годы. С того времени и по настоящему момент серьёзной реконструкции не подвергалась ни разу, она дошла до наших дней практически в первоначальном виде. Водонапорная башня находится в месте, откуда начиналась уральская столица – на Плотинке в Историческом сквере. В настоящее время Водонапорная башня является филиалом Музея истории Екатеринбурга, включена в экскурсион-



Рис. 1. Сувенир «Водонапорная башня» по мотивам памятника архитектуры Водонапорная башня, 1880 годы. Фото из открытых источников Интернета.

онные программы и пользуется большой популярностью среди туристов, в музее можно приобрести сувенир из латуни «Водонапорная башня» (рис. 1).

Гражданская застройка Екатеринбурга богата образцами деревянной архитектуры XIX в. Часто бывает так, что деревянные постройки рассматриваются не как объекты культурного наследия, а как мешающие развитию города. «В частности современные тенденции урбанизации и застройка центра Екатеринбурга высотными зданиями, приводят к утрате уникальной деревянной архитектуры XIX в.» [5, с. 98—99]. Между тем городское деревянное зодчество – это ресурс по привлечению внимания к региону туристов и инвесторов. В Екатеринбургской академии современного искусства (ЕАСИ) был разработан дизайн сувенирного канцелярского набора, который «представляет собой стилизованный макет дома крестьянина К.М. Панова» (рис. 2), является ярким памятником деревянного зодчества XIX в. Екатеринбурга. «Предметы играют важную роль для посетителей знаковых мест, они осуществляют эмоциональную привязку потребителя на длительный период. Люди имеют особенность не запоминать названия гостиниц, ресторанов, населенных пунктов, но когда у туриста остается памятная безделица, он не только не забудет, но и порекомендует друзьям и знакомым» [6, с. 5].

Памятники, городские легенды и другие тексты города – это сообщения, месседжи, которые позволяют нам составлять образ места. «Образ «работает» на обеспечение восприятия индивидуального эмоционально-чувственного переживания сувенира. Знаковая составляющая демонстрирует дарителю, владельцу и окружающим социальные смыслы сувенира. Легендой мы называем любой вид сопровождающего текста – информационного, ситуационного, мифоло-



Рис. 3. Памятник А. С. Попову, изобретателю радио, в г. Екатеринбург. Фото из открытых источников Интернета.



Рис. 4. Студенты радиофака УрФУ в честь Дня радио традиционно моют памятник А. С. Попову. Фото из открытых источников Интернета.

гизирующего. Легенда способствует организации и переживанию события, важного для данного конкретного человека» [8, с. 62]. Например, текст официальных памятников про легитимационные роли правителей, которые были важны в определённый исторический период. Самое интересное в ритуалах, которые с этими памятниками происходят. Одной из самых живых и трогательных традиций является раз в год, в день Радио, мыть памятник его изобретателю А. С. Попову. Студенты радиофака УрФУ приходят к памятнику с ведрами, тряпками, радиоприёмником и моют памятник (рис. 3-4). Получился бы очень забавный сувенир, изображающий студентов моющих памятник.

Памятники имеют определённый набор неотъемлемых свойств, создающие определённое семантическое пространство вокруг них с набором действий, набором текстов, знаков и прочее. Считывание смыслов через



Рис. 2. Канцелярский набор по мотивам архитектуры дома крестьянина Панова К.М., 1890-е гг. Выполнен студенткой Екатеринбургской академии современного искусства (ЕАСИ) Александровой В. Фото автора.

городские объекты артефактов, замена и наслоение одного популярного текста на другой могут быть историями, которые постоянно обрастают новыми смыслами. Например, один из самых популярных и известных памятников Екатеринбурга посвящён Василию Татищеву и Вильгельму де Геннину. Скейтеры Екатеринбурга обосновались у памятника В. Татищеву и В. де Геннину (рис. 5) и около памятника Ленину В.И. на Площади 1905 года (рис. 6-7). Гранитные постаменты памятников заменили уральским скейтерам полноценный скейт-парк, здесь есть все необходимые фигуры (маленькие и большие ступеньки, граньки, на которых можно слайдить и гриндить, идеальное ровное и скользкое покрытие). Свою роль сыграло и местоположение - всем удобно добираться в центр города. В качестве репрезентации города можно было бы спроектировать сувенир, совместив памятник отцам-основателям и скейтбордистов. Когда создаётся новый памятник, новая скульптурная композиция в городе, то желательно эти смыслы предугадывать или сознательно проектировать, что сильно помогло бы в работе над созданием презентационного городского сувенира.

Места памяти могут трансформироваться от «место памяти» до «туристического маршрута». В 2012 году к 50-летию музыканта Виктора Цоя в Екатеринбурге появился «Переход имени Виктора Цоя». Переход В. Цоя - место памяти и скорби по поэту и композитору, место прогулки горожан. Со временем статус перехода сильно меняется, становится тусовочным местом, но память остаётся. Собирается молодёжь и подростки неформального вида, играют на гитарах, поют песни Цоя и не только. Цой и его песни встраиваются в различные субкультуры, нормы и правила города. На стенах перехода появляется много надписей, которые означают точку сборки различных субкультур и диалоговое окно. Нарративное место превращается в место сборки разных субкультур, место-маркер не совсем хорошего поведения, маркер «здесь свои, тебя здесь поймут» и, с другой стороны, диалоговое окно. Это важно учитывать, потому что, когда мы изучаем нарративные места, то видим их изменение ровно в этом порядке. Семиотические строения – портрет Цоя на стене, изображение сигарет, гитары, люди пишут



Рис. 5. Скейтеры около памятника. В. Н. Татищеву и В. И. де Геннину. Фото из открытых источников Интернета.

цитаты из песен Цоя. И позже запускается ещё один процесс – это экскурсии, включение в экскурсионный маршрут города. К месту памяти проявляют интерес экскурсоводы, которые водят людей к этому месту и рассказывают про все слои, и место обрастает дополнительным семантическим смыслом, что позволяет зарабатывать разным городским сообществам. Таких памятно-локальных мест в Екатеринбурге великое множество, имея семантическую карту города, можно представить общественности много разнообразных аутентичных сувениров репрезентирующих город.

Выводы

Итак, в процессе исследования, метод семантики помог нам соединить разные знаки, символы, сообщения с помощью которых город разговаривает с субъектом. Это может быть цвет, звук, слова, книги, высказывания людей, неофициальные названия, городские легенды, памятники – всё вместе соединяется в локальный текст города. Важно уметь правильно его прочесть, увидеть смыслы на уровне бинарных оппозиций, на уровне метатекстовых констант (гордость, ностальгия, прошлое/настоящее). Уже из этого формировать некую метафору, которая позволяет в дальнейшем наполнять городской район, связывая прошлое с настоящим, возможно через неопределённое вчерашнее. Любая жизнь любого локаса с точки зрения семиотики - это постоянный процесс символизации, постоянный процесс обретения смыслов. Результат закрепляется дизайном сувениров как



Рис. 6. Памятник Ленину имеет мощный постамент и трибунную часть. Фото из открытых источников Интернета.



Рис. 7. Скейтер катается по постаменту памятника Ленину. Фото из открытых источников Интернета.

репрезентация места. Сувениры можно представить как биты информации, формируемые некую стабильную сетку семантических констант. Семиотика вытаскивает эти семантические константы и, разбивая на части, позволяет нам понять про место гораздо больше, чем мы бы поняли, если бы просто пришли посмотреть на генплан или аэросъёмку. Только в совокупности разных знаков город воспринимается как некоторый текст, с помощью которого происходит репрезентация визуального образа городского пространства. Изучив проявление семантических процессов в городском пространстве визуальной культуры Екатеринбурга, мы приходим к выводу, что специфика визуальной среды обуславливает особенности коммуникативных структур, в ней возникающих. Город имеет огромный семанти-

ческий потенциал, который можно использовать в разработках презентационных сувениров. В рамках статьи нет возможности подробно рассмотреть «Екатеринбург мистический», «Екатеринбург промышленный», «Екатеринбург криминальный», «Екатеринбург горнозаводской» и другие очень сильные семиотические конфигурации, которые могут продолжать транслироваться дальше и дальше, в дальнейшем во внутрь и снаружи. Чтобы быть востребованной, форма культуры дизайна сувенира должна развиваться вместе с городским пространством. Информация, передаваемая при помощи дизайна сувенира, в своем развитии проходит путь от фиксации места, легенды, городского мифа, от представления широкому кругу потребителей до взаимодействия с потребителем в очень узком диапазоне.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- [1] Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М. : Книга по Требованию, 2013. 616 с.
- [2] Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб. : Искусство-СПб, 2000. 704 с.
- [3] Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1999. 432 с.
- [4] Чертов Л. Ф. Знаковая призма: статьи по общей и пространственной семиотике. М. : Языки славянской культуры, 2014. 320 с.
- [5] Босых И. Б. Канцелярский набор как продукт коллаборации дизайна и культуры // Концепции в современном дизайне : сборник материалов I Всероссийской научной конференции с международным участием. М., 2019. С. 98-99.
- [6] Босых И. Б. Проблемы дизайна в современных изделиях традиционных ремесел и сувенирах уральского региона // Человек в мире культуры. 2016. № 2. С. 3-6. EDN WKYPHB.
- [7] Быстрова Т. Ю., Хисматуллин А. К. Сувенир – это серьезно: социально-коммуникативный анализ сувенира. Екатеринбург : Рекламная студия «ra4.ru», 2009. 96 с.
- [8] Быстрова Т. Ю. Сувенир: назначение и проектирование : монография. М. : Кабинетный ученый ; Екатеринбург : Екатеринбургская акад. современного искусства, 2018. 154 с.
- [9] Елагин Г. Н. Хроника строительства Екатеринбурга (1702-2012). М. : Изд-во TATLIN, 2012. 288 с.
- [10] Ароматы и запахи в культуре : в 2 т. / сост. О. Б. Вайнштейн. Кн. 1. М. : Новое литературное обозрение, 2003. 608 с.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Босых Ирина Борисовна – доцент; Уральский государственный архитектурно-художественный университет им. Н.С. Алфёрова (620075, Россия, Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 23); boshbi@mail.ru. AuthorID РИНЦ: 539926.

SOUVENIR DESIGN AS A REPRESENTATION OF THE VISUAL IMAGE OF THE URBAN SPACE

ABSTRACT

Relevance. Ekaterinburg pays a lot of attention to creating its own unique visual image. The easiest way to embody the visual image of the city is a souvenir. The author identifies several areas of research that are of particular relevance: firstly, the problem of finding ideas for designing a city souvenir; secondly, the influence of the processes of time and the semantic structures of urban space on the conceptuality of the souvenir. The purpose of the article is to study the representation of the visual image of the urban space through the design of a souvenir. The objectives of the study are: designation of semantic points of contact "image of the place of urban space" and "design of a souvenir"; Souvenir design as a phenomenon of memory of semantic associations of residents and guests of the city at the mention of a specific territory.

The methodological basis of the study included a systematic approach and semiotics. The author considers the interactions "man-object" occurring within a certain urban space of the subject-object environment, cognizable with

AUTHOR'S INFORMATION

Irina B. Bosykh
Ural State University
of Architecture and Art

KEYWORDS

Urban souvenir design, visual image, urban space, semiotics of place, souvenirs of Ekaterinburg.

the help of semantic-semiological practices. In addition to the architectural and industrial components in Ekaterinburg, one can single out the semiotic configurability of the binary oppositions "good/bad", "male/female", "upper/lower", "shore/pond", "city/suburb", etc. Exploring these oppositions, the author looks for basic metaphors to describe one or another visual image of the urban space, reflected in the souvenirs representing the city. Yekaterinburg is a conglomeration of codes that allow you to read it (coloristic / olfactory / sound / verbal / visual).

Results and conclusions. Monuments, urban legends and other texts of the city are the messages that allow us to create an image of a place. They have a certain set of inherent properties that create a certain semantic space around the monument with a set of ritual actions and signs. Souvenirs can be thought of as bits of information that form a kind of stable grid of semantic constants. Therefore, in order for a souvenir to be in demand, its form of culture, design must develop along with the urban space.

FOR CITATION

Bosykh, I. B. (2023). Souvenir design as a representation of the visual image of the urban space. *Managing culture*, (1), 41–48.

REFERENCES

- [1] **Bart R.** Izbrannyye raboty. Semiotika. Poetika. M. : Kniga po Trebovaniyu, 2013. 616 s.
- [2] **Lotman Yu. M.** Semiosfera. SPb. : Iskusstvo-SPb, 2000. 704 s.
- [3] **Sossyur F. de.** Kurs obshchey lingvistiki. Yekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 1999. 432 s.
- [4] **Chertov L. F.** Znakovaya prizma: stat'i po obshchey i prostranstvennoy semiotike. M. : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2014. 320 s.
- [5] **Bosykh I. B.** Kantselyarskiy nabor kak produkt kollaboratsii dizayna i kul'tury // Kontseptsii v sovremennom dizayne : sbornik materialov I Vserossiyskoy nauchnoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiyem. M., 2019. S. 98-99.
- [6] **Bosykh I. B.** Problemy dizayna v sovremennykh izdeliyakh traditsionnykh remesel i suvenirakh ural'skogo regiona // Chelovek v mire kul'tury. 2016. № 2. S. 3-6. EDN WKYPHB.
- [7] **Bystrova T. Yu., Khismatullin A. K.** Suvenir – eto ser'yēzno: sotsial'no-kommunikativnyy analiz suvenira. Yekaterinburg : Reklamnaya studiya «ra4.ru», 2009. 96 s.
- [8] **Bystrova T. Yu.** Suvenir: naznachenkiye i proyektirovaniye : monografiya. M. : Kabinetnyy uchenyy ; Yekaterinburg : Yekaterinburgskaya akad. sovremennogo iskusstva, 2018. 154 s.
- [9] **Elagin G. N.** Khronika stroitel'stva Yekaterinburga (1702-2012). M. : Izd-vo TATLIN, 2012. 288 s.
- [10] **Aromaty i zapakhi v kul'ture : v 2 t. / sost. O. B. Vaynshteyn.** Kn. 1. M. : Novoye literaturnoye obozreniye, 2003. 608 s.

AUTHOR'S INFORMATION

Irina B. Bosykh – Associate Professor; Ural State University of Architecture and Art (23, Karl Liebknecht St., Ekaterinburg, 620075, Russia); boshbi@mail.ru. RSCI AuthorID: 539926.