

### Список джерел

1. Гундорова Т. Післячорнобильська бібліотека : український літературний постмодерн. Київ : Критика, 2005. 264 с.
2. Иллюстрированная энциклопедия символов / сост. А. Егазаров. Москва : Астрель; АСТ, 2007. 723 с.
3. Інтерв'ю з Тарасом Прохасько про місто Ялівець. URL: <http://sumno.com/article/intervyu-z-tarasom-prohaskom-pro-misto-yalivets/> (дата звернення: 31.08.2014). 88
4. Літературознавча енциклопедія: у 2 т. Київ : ВЦ «Академія», 2007. Т. 2. 624 с.
5. Прохасько Т. Непрості. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2006. 140 с. Тарас Прохасько: «Як розкажеш собі про життя, так і буде»: інтерв'ю зі С. Пиркало. URL:[http://www.bbc.co.uk/ukrainian/entertainment/story/2006/01/060104\\_books\\_prohasko\\_sp.shtml](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/entertainment/story/2006/01/060104_books_prohasko_sp.shtml) (дата звернення: 31.08.2014).
6. Энциклопедия символов, знаков, эмблем / автор-составитель К. Королёв. Москва : Эксмо; Санкт-Петербург : Мидгард, 2006. 608 с.

**Бондар К. М.,**

студентка магістерської підготовки  
факультету архітектури, дизайну та  
образотворчого мистецтва,

**Радіонова Л. О.,**

канд. філософ. наук, доцент, доцент кафедри філософії і політології,  
Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова, Україна

## ТЕОРІЯ ПОКОЛІНЬ ЯК МЕТОДОЛОГІЯ ПАРТИЦИПАТИВНОГО ПРОЕКТУВАННЯ СПОРТИВНО-ТУРИСТИЧНИХ КОМПЛЕКСІВ

Актуальність дослідження обумовлена соціальною потребою міського населення в проведенні активного оздоровчого дозвілля з метою оздоровлення та емоційного розвантаження. Поняття «public space» у сучасній європейській традиції розглядається в трьох основних аспектах:

- 1) як відкритий простір для відпочинку, рекреації, охорони здоров'я;
- 2) простір дебатів;
- 3) доступний простір – місця для всіх, або групи осіб, що ґрунтуються на основі соціальної свободи пересування та анонімності [1]. І нас передусім цікавить останній аспект.

При добре продуманій організації рекреаційної території у містян зникає потреба у пошуку зон відпочинку за межами свого міста. Виникають нові соціальні зв'язки, втрачені у сучасного населення, такі як спілкування під час спортивних заходів, спільність інтересів, з'являється підтримка один одного.

Є напрямки, створені часом, є стилі, що сформувалися навколо якоїсь ідеї. Розглянемо один з таких стилі – стиль шале, народжений з усіма супутніми

обставинами, які стосуються характерних особливостей ландшафту, клімату, культури і традицій.

Історично склалося так, що шале будувалися в оточенні прекрасних гір і лісів. Сьогодні, дотримуючись традиції будувати такі будинки в оточенні природного ландшафту, шале будуються, як правило, за містом або в периферійній його частині.

Стиль шале – це популярне архітектурне направлення. Шале традиційно асоціюється з теплом і затишком гірського сільського будиночка і, взагалі, є різновидом стилю кантрі. Сучасна людина втомилася від метушні і міських стресів, а будинок в стилі шале створює відчуття захищеності і психологічного комфорту, дає можливість усамітнитися і відчути єднання з природою. У таких будинках протікає первинна соціалізація людини, знайомство як з природою, так і з самим собою.

Спортивно-туристичні комплекси не є зоною соціальної напруженості в тому випадку, якщо вони добре оснащені для спілкування, відпочинку та оздоровлення, знаходяться на оптимальній відстані від житлових та промислових районів.

Одна з основних функцій спортивно-туристичного комплексу – консолідація соціальних взаємозв'язків городян, причому проект спрямований не на абстрактного городянина, а цінності потреби кожного консолідованого суб'єкта. У цьому контексті ефективно «працює» теорія поколінь [2]. Теорія поколінь – це нова концепція, яка інтенсивно розвивається і застосовується на практиці. Рушійною силою історичних подій багато хто вважає зміну поколінь (О. Конт, Дж. Милль, Г. Феррарі, О. Лоренц).

Альтернативна точка зору, згідно якої зміна поколінь є наслідком історичного процесу, була уперше чітко сформульована німецьким філософом В. Дільтеєм у працях, опублікованих в 60–70-і роки ХІХ ст. Існує багато різних точок зору у визначенні поняття «покоління».

У цьому дослідженні під поколінням розумітимемо сукупність однолітків зі схожими цінностями, що формуються в певний історичний період під впливом одних подій і під дією схожих соціальних норм. Таким чином, окрім демографічної, історичної, хронологічної і символічної детермінант в розгляд буде включений аксіологічний підхід до диференціації поколінь.

У такому контексті теорія поколінь розглядалася американськими вченими Нейлом Хоувом і Вільямом Штраусом. У основі цієї теорії – цінності людей; саме цінності та їхня схожість, а не вік, який формує і визначає покоління. Розрізняють: «мовчазне» покоління (1923–1943 роки народження), покоління «бейбі-бумерів» (1943–1963 рік народження), покоління Х (1963–1983), покоління Y (1983–2000) і покоління Z (2000–2020) [3].

Соціокультурне середовище міжвікових стосунків або скорочує дистанцію між поколіннями, або призводить до тотального дистанціювання, що веде до кризи. Спроба уникнути цих крайнощів підштовхнула філософів на обґрунтування «етики дискурсу», тобто, вчення про моральність, яке робить своїм змістом проблеми комунікації і дискурсу.

Саме «етика дискурсу» орієнтує представників різних поколінь не на чвари і деградацію, а на єдність, відповідальність, згоду, на комунікацію. Йдеться про співпрацю. Наприклад, бейбі-бумери хочуть виглядати спортивними і підтягнутими, почуваючи себе при цьому так само. Їхня мета – усім своїм видом випромінювати здоров'я і отримувати емоції, що підтверджують це. Як це може вплинути на розвиток міста?

По-перше, представники цього покоління хочуть масово спробувати себе в нових видах спорту. По-друге, багато хто з них регулярно відвідує фітнес-зали і підтримує хорошу форму. Для міста це має величезну кількість нових запитів: персональні тренери, інструктори, що уміють працювати з цією віковою аудиторією, адаптуючи програми під фізіологічні і психологічні особливості бейбі-бумерів, при цьому відносячись до них як до активних людей.

Також це створює запит на спортивний одяг для різних видів спорту, який адаптований до вікової категорії. По-третє, активізується запит на різноманітну здорову, дієтичну смачну їжу.

Бейбі-бумери пишаються своєю молодістю: комсомольською – з будівельними загонами, походами, КВК, а також 90-ми – коли вони відчували приплив енергії, були активними у бізнесі.

Зараз, в XXI столітті, вони хочуть про це розповідати, ділитися досвідом, виступати як приклад для молоді. На різних рівнях – в компаніях і організаціях, де вони працювали, на рівні міста і регіону. Вони-то готові. Питання в тому, чи готове місто включати бейбі-бумерів у свою роботу? Адже вони можуть, навіть перебуваючи на пенсії, працювати як волонтерами, так і збирати історію підприємств, проводити екскурсії по історичних місцях, які їм знайомі не з чуток, навчати молодь. На прикладі тільки одного покоління бейбі-бумерів, а саме вони складають велику частину населення сьгоднішніх малих міст України, бачимо, що в місті неможливо не враховувати потенціал поколінь.

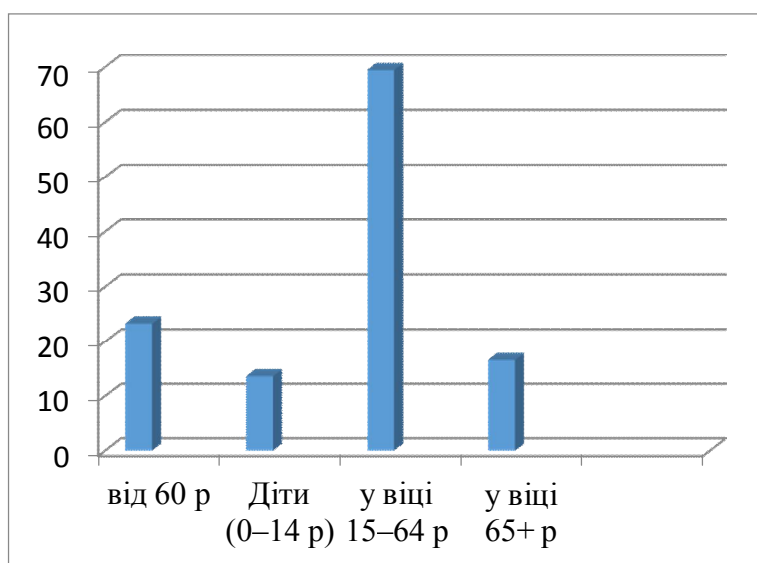


Рис. 1 Демографічний склад населення Харківської області

Майже кожен шостий житель Харківської області – літній: 23,3% населення потрапили у вікову категорію від 60 років. Дітей (0–14 років) в регіоні опинилося 13,8%, людей у віці 15–64 року – 69,5%, осіб у віці 65+ налічили 16,7%. За рекомендацією ООН використовують ще один коефіцієнт старіння. Він враховує долю людей у віці від 65 років. Якщо показник перевищує 7%, то населення вважають старим. У Харківській області він склав 16,7% [4].

Як цінність «бути молодим» може реалізуватися в місті? Ось тільки деякі рекомендації:

Бейбі-бумери звертають увагу на те, що відбувається не в короткостроковій перспективі, вони орієнтовані на довгострокові стратегії, оскільки хочуть жити довго і активно. Вони уміють планувати і вбачати ситуацію стратегічно.

Бейбі-бумери будуть впливати на рішення своїх дітей і онуків у виборі сервісів міста.

І найголовніше, йдеться про найбільше зрушення парадигми – як живуть люди у віці «50+», «60+». Так, зараз бейбі-бумери створюють нові правила для себе. Але жити в цих нових умовах не лише їм, але і наступним поколінням.

Місту, щоб ставати інноваційним, треба усе більш прискорюватися, включати те, що з'явиться або може з'явитися в майбутньому. До IQ і EQ треба додати AQ – адаптивний інтелект, здатність до адаптації. Адаптивність – як здатність прийняти зміни. І спортивно-туристичні комплекси грають тут важливу роль.

У сучасній культурі спортивно-туристичні комплекси є яскраво вираженим шаром інновацій, який постійно перебудовує культурну традицію. Ускладнення соціокультурної реальності супроводжується потрясінням традицій і норм. І проблема ця не біологічна, а соціокультурна.

Цінність людини визначає вміння швидко і ефективно діяти, легко пристосовуватися до нових технологій та інновацій. Сьогодні культ темпу новизни. Як цей культ проявляється в системі взаємозв'язків поколінь у місті? Головне питання – як забезпечити спадкоємність між поколіннями, щоб відхід бейбі-бумерів не спричинив втрату унікальних знань і стосунків.

Сьогодні сформувалося покоління Z, це особливо актуалізує не просто розуміння цінностей покоління Z, але і зміну концепції розвитку міста. У покоління Z проявляється гіперопіка – вони постійно знаходяться під наглядом дорослих. Після школи вони займаються з репетиторами, у результаті «зети» відчують дефіцит спілкування з однолітками. У гаджетах і технологіях вони розбираються краще, ніж в емоціях людей. Недолік спілкування із зовнішнім світом часто компенсується увагою до власного внутрішнього світу, і покоління Z активно цікавиться мистецтвом і наукою. 40% «зетів» визнають, що для них важливіше справний Wi-Fi, ніж справні крани у ванні.

Згідно із дослідженням Pew Research, в 1995 році доступ до інтернету був тільки у 14% дорослих американців, проте в 2014 році інтернетом користувалися вже 87% [4]. Поколінню Z не довелося бути свідками створення

і розвитку соціальних мереж, технологій миттєвого обміну повідомленнями, смартфонів, пошукових систем і мобільної революції – вони народилися в цифрову епоху.

Зв'язок з будь-якої точки, вільний доступ до глобальної інформації, будь-яке відео за запитом, новини 24/7 – це звичний світ для «зетів». Їм, що звикли з дитинства до візуальної інформації, складніше сприймати тексти, а це вимагає перебудови усієї вербальної ідеології управління містом.

Якщо миленіали вивчили соціальні мережі і стали публікувати свої думки, повідомляти увесь світ про кожну важливу подію свого життя, то покоління Z діє із міркувань безпеки і самобереження, поводить стриманіше і викладає в інтернет тільки обрану інформацію.

Покоління Z – реалісти: вони живуть не лише в умовах глобальної економічної, але і системної кризи в нашій країні. Згідно даних фонду Pew Charitable Trusts, за час Великої рецесії середній рівень добробуту батьків «зетів» знизився приблизно на 45%, а в нашій країні показник витрат тільки на їжу складає 50,3% [5].

Нове покоління Z – як ртуть, вони такі ж текучі і невловимі. Згідно з даними Бюро перепису населення США (U. S. Census Bureau), сьогодні до покоління Z належать майже 25% жителів Землі. Це 75% робочої сили і 50% грошей вже в 2025 році [5].

В розвитку міста сегментація аудиторії, яка базувалася на усереднених уявленнях про те, чого може абстрактно хотіти людина, вже не працює. Абстракції більше немає. Не можна говорити, що люди з високим прибутком хочуть більше комфорту, а з низьким – економії. Це минуле. Небагатий покупець теж хоче вражень і особливого відношення. Майбутнє міста – це розвиток. Контроль замінюється довірою, творчістю тощо.

Важливо враховувати потенціал поколінь не тільки в функціонуванні спортивно-туристичних комплексів, а й в проектуванні таких, бо останні сприяють розвитку соціальності міста. Це парсипативне містобудівне проектування. В Україні до ключових проблем, пов'язаних з участю містян в проектуванні розвитку міст, відносяться:

- відсутність територіального самоврядування (комітети територіального громадського самоврядування не фігурують ні в одному проблемному проекті забудови);
- включення жителів в обговорення окремих проектів забудови і містобудівних документів лише на фінальному етапі розробки;
- невирішена ситуація із земельними ділянками під багатоквартирними будинками (немає проектів межування, тобто виділення земельних ділянок на користування мешканців багатоквартирних будинків, мешканці не цілком розпоряджаються прибудинковою територією, так само як і не платять за користування нею).

Ці проблеми призводять до таких негативних наслідків, як: недовіра до місцевої влади з боку жителів; поява гіршої якості середовища ущільнюючої забудови і, навпаки, обструкція проектів, що покращують середовище, з боку

містян; неможливість впорядкування стихійного паркування особистого автотранспорту в житловому середовищі; низька якість і дорожняча обслуговування середовища, фінансування якого здійснюється лише з бюджету міста, що призводить до її повільного занепаду.

Для повнішого розуміння партисипативного проектування міста необхідно враховувати його характерні плюси і мінуси, що дозволяє застосувати цей метод найбільш вдалим чином. Плюси партисипативного проектування: підходить для спірних питань, в силу більшої залучення зацікавлених сторін; збільшує шанс визначення вірних цілей і стратегічних завдань, роблячи проєкт стійкішим; формулювання спільних цілей робить процес проектування проактивним, а не реактивним; зміцнення зв'язку між сторонами (мешканці, проєктувальники, бізнес, адміністрація) і ув'язка їх цілей підвищує шанс на позитивну зміну.

Мінуси партисипативного проектування: не має сенсу при низькому залученні жителів; висококонфліктні питання можуть ускладнити перехід до компромісу, а в певних ситуаціях виключити його можливість; різниця владного потенціалу учасників (політична або економічна) може виключати можливість дійти компромісу; існує ризик місництва з боку жителів при ухваленні рішень, що призводить до гальмування реалізації окремого проєкту і навіть типу проєктів, і може негативно відбитися на розвитку міста;

Таким чином можна сказати, що партисипативне проектування міста – це відкрите поле діяльності, яке є новим для України. Для реалізації викладених цілей потрібна подальша робота з аналізу системи розвитку міста, націлена на її вдосконалення, а також активний пошук нових рішень, у тому числі із зверненням до зарубіжного досвіду. Важливим питанням в цій справі є залучення усіх поколінь.

У рамках проєктного рішення спортивно-туристичний комплекс повинен надавати людині можливість для самовираження та емоційного відпочинку. Головною задачею є спроектувати простір, який не заважає самовираженню, налагодженню взаємозв'язку між різними групами суспільства. Ось деякі принципи проектування: зони слід планувати відповідно до їхніх цільових призначень; забезпечення можливості ефективного використання природньо-рекреаційного простору; можливості для поліпшення людських взаємодій, спілкування.

### Список джерел

1. Радіонова Л. О. Теоретико-методологічні аспекти управління адаптивним розвитком малих міст України. *Проблеми адаптації соціально-економічних систем до екзогенних змін* / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. Л. Калініченко. Х. : ФОРМ Панов А. М., 2019. С. 370–380.

2. Радіонова Л. А., Радіонова О. Н. Диалектика взаємосвязи поколінь в современном вузе: онтологический подход. *Моделювання покоління F* : зб. матеріалів міждисциплінар. наук.-практ. конф., Київ, 05 жовтня 2018 р. / [уклад. Л. І. Юдіна]. Електронні дані (2,4 Мб). Київ : Юдіна Л. І., 2018. URL:

<http://futurolog.com.ua/publish/12/zbirnyk.pdf>. (дата звернення: 14.04. 2020).

3. Шамис Е., Антипов А. Теория поколений / *Маркетинг Менеджмент*. 2007. № 6. URL: <http://old.e-executive.ru/publications/>

4. Статистика населення Харькова за 2018 год URL: <https://kh.vgorode.ua/news/sobytyia/367352-potomu-что-na-desiat-devchonok-v-kharkove-pereschytaly-muzhchyn-y-zhenschyn> (дата звернення: 18.03.2019)

5. Інтернет у 2018-му від Мері Мікер: гроші, тренди та компанії URL: <https://nachasi.com/2018/06/10/internet-u-2018/> (дата звернення: 7.04. 2020).

**Висоцька Н. О.,**

д-р філол. наук, професор,

професор кафедри теорії та історії світової літератури

імені проф. В. І. Фесенко

Київський національний лінгвістичний університет, Україна

## **ЧИКАГО ЯК ОБ'ЄКТ ЛІТЕРАТУРНО-СЦЕНІЧНОГО КАРТОГРАФУВАННЯ У СУЧАСНІЙ ДРАМАТУРГІЇ США**

У результаті «просторового повороту» у гуманітаристиці останньої третини минулого століття посилилася увага до другого компоненту часо-просторового континууму, тобто «простір було визнано так само багатим на інтерпретаційно-світоглядні смисли, так само гідним уваги як ключ до пізнання культури та людської душі, як час» [1, с. 41]. Одним із наслідків цього епістемологічного зсуву став активний розвиток нових відгалужень компаративістики, зокрема, геокритики, яка доповнила більш звичні для літературознавства практики «літературного картографування». У цій розвідці метод, що полягає, за Р. Теллі, у вивченні способів, за допомогою яких той чи той письменник створює власну карту (соціального) простору, рухається у напрямі складання «каталогу» літературних образів Чикаго у сучасній американській драмі – завдання, що, на думку Б. Вестфалю, становить сутність геокритичного підходу. Зазвичай, зважаючи на інтенсивну розробку образу цього міста у літературі США, йдеться лише про крихітний «сегмент» такого каталогу, створення якого є справою майбутнього. Водночас, доцільною для цього дослідження уявляється і запропонована Ф. Моретті методологія створення просторових схем/мап літературних творів як інструментів виявлення дії соціальних сил.

Американська словесність з її первинним пафосом «приручення»/присвоєння безкрайніх просторів «нового» континенту завжди виявляла особливу чутливість до достеменності текстуальних топографій. Закономірно, що в такій високо урбанізованій країні, як США, одним з улюблених просторів національної культури стає місто (від провінційного містечка до мегаполісу), яке у процесі культурної апропріації зазнає міфологізації та символізації. Театр і драматургія, які в силу об'єктивних історичних обставин пізно приєдналися до грона американських мистецтв, є