

УДК 72.01

**ТВОРЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА
ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ СРЕДСТВАМИ АРХИТЕКТУРЫ И ДИЗАЙНА****Краснова Т.В., Пермяков М.Б.***ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»,
Магнитогорск, e-mail: toma.krasnova.70@mail.ru, permyakov.1965@mail.ru*

Современный подход архитектурного брендинга предполагает трактовку городских пространств как территории для новых идей в формообразовании, технологиях, коммуникациях, преследуя цель создания комфортной, востребованной, конкурентоспособной, развивающейся среды. В статье авторами осуществлен обзор современных подходов в архитектуре и дизайне, рассматривается мировой опыт в формировании современной архитектурной среды. Приведены основные концептуальные подходы в понимании архитектурно-строительного объекта и среды. Рассмотрены условия современной комфортной городской среды, её функции и задачи. Уделено особое внимание понятию архитектурного брендинга и вопросам формирования имиджа архитектурного пространства. Так же в статье рассматриваются факторы и условия развития городской среды. Рассматриваются психологические аспекты, влияющие на восприятие комфорта в дизайне архитектурной среды, в том числе и влияние рекламного дизайна. Авторами сделан вывод о том, что современное понимание архитектуры и дизайна выходит за рамки строительных технологий, эргономики и экологичности. Выводы статьи кратко характеризуют современные представления и требования к комфортной городской среде. Статья наглядно проиллюстрирована примерами современных творческих подходов архитекторов и дизайнеров XX–XXI вв. в области градостроительства.

Ключевые слова: дизайн архитектурной среды, архитектурный брендинг, имидж, творческие подходы, концепция, проектирование, городская среда, комфорт

**CREATIVE APPROACHES IN THE FORMATION OF THE IMAGE OF THE URBAN
ENVIRONMENT BY MEANS OF ARCHITECTURE AND DESIGN****Krasnova T.V., Permyakov M.B.***Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk,
e-mail: toma.krasnova.70@mail.ru, permyakov.1965@mail.ru*

The modern approach of architectural branding involves the interpretation of urban spaces as a territory for new ideas in shaping, technology, communications, with the aim of creating a comfortable, popular, competitive, developing environment. The authors consider modern approaches in architecture and design, consider the world experience in the formation of modern architectural environment. The basic conceptual approaches in understanding the architectural and construction object and the environment are given. The conditions of modern comfortable urban environment, its functions and tasks are considered. Special attention is paid to the concept of architectural branding and the formation of the image of the architectural space. The article also considers the factors and conditions of urban environment development. The psychological aspects affecting the perception of comfort in the design of the architectural environment, including the impact of advertising design. The authors came to the conclusion that the modern understanding of architecture and design goes beyond construction technologies, ergonomics and environmental friendliness. The conclusions of the article briefly characterize the modern views and requirements for a comfortable urban environment. The article is clearly illustrated by examples of modern creative approaches of architects and designers of the 20th-21st centuries in the field of urban planning.

Keywords: architectural environment design, architectural branding, image, creative approaches, concept, design, urban environment, comfortable

Распространенное понимание архитектуры и архитектурного дизайна можно сформулировать как: здание или сооружение есть системный набор функциональных элементов, воплощенных в форму; либо: здание или сооружение – демонстрация композиционных решений из опыта личного восприятия. Оба понимания представляют здание как объект: в первом случае архитектуру трактуют как результат технической обусловленности, во втором – как реализацию эстетических ожиданий от итога строительства. Исследователь Летербарроу предлагает изменить постановку вопроса «что есть архитектура?» (как эстетический и технологический объект) на

вопрос «как?». Приверженец теории перформативности говорил: «Главный вопрос может быть поставлен просто: каким способом здание действует? Что, другими словами, архитектурная работа действительно делает?» Летербарроу в своих размышлениях определяет два вида архитектурного перформатива: «Первый вид – это технический и продуктивный, второй – контекстуальный и проективный» [1]. Творческая концепция есть синтезирующее ядро в междисциплинарном культурном и научном пространстве, а также в контексте среды города. Цельность архитектуры достигается «путем многомерного синтеза», объединяющего концепцию автора и социальные запро-

сы, функциональность и художественный аспект, конструктивную основу и технологические аспекты, «дух места и ощущение времени». Архитектурно-художественный синтез реализуется в городском пространстве в различных взаимосвязанных направлениях: средовом, функциональном и образно-символическом [2].

Поиском направлений развития пространства городов и их трансформации в историческом развитии занимались Аристотель, Ф. Рагцель, М. Вебер, К. Зитте, Ле Корбюзье, В.А. Глазычев, А.В. Иконников и др.

Цель исследования: определить современные подходы и требования к формированию имиджа комфортной городской среды.

Материалы и методы исследования

Основным методом исследования нами определен описательный метод, позволяющий продемонстрировать специфические особенности современных подходов к конструированию творческих концепций объектов городской среды, включающий наблюдение, интерпретации, сопоставления и обобщения. Так же нами осуществлен теоретический анализ научной литературы и применён метод классификации.

Результаты исследования и их обсуждение

Существуют разнообразные подходы и авторские концепции в современном архитектурном творчестве (рисунок). В пример можно привести:

- концепцию геометрической гармонии и порядка (Ричард Мейер);
- концепцию организации пространственной среды на основе идеи музыкальности архитектуры (Кристьян Портзампарк);
- подход на основе авторского метода «интеллектуальной дематериализации» (Жан Нувель);
- подход на основе семантической коммуникации и саморазвития архитектурной формы (Питер Эйзенман);
- концепцию интеллектуального синтеза и непрерывного сценария пространственной организации архитектурного объекта (Рэм Кулхас);
- концепцию интегрального синтеза и «театрализации» архитектурной среды (Ян Херцог и Пьер де Меррон) и др. [2].

Анализируя авторские концепции современного архитектурного творчества можно прийти к выводу, что функциональность архитектуры поддерживается не только технологическими возможностями современного строительства, эргономикой и экологической безопасностью. Приведенные примеры включают мощную об-

разно-идейную основу, раскрывающую индивидуализированную картину восприятия автором существующей действительности и его представления об «идеальном». Социальный дизайн становится неотъемлемой частью архитектурной среды, своего рода сценарием развития городской среды. Такого рода архитектурные подходы содержат огромный потенциал, позволяющий создавать не только эксклюзивные объекты, но и объекты – идейные доминанты городской среды, подчиняющие себе окружающее средовое и социальное пространство.

На сегодняшний день в области устройства и развития городов можно определить наиболее перспективные факторы:

- природные (взаимодействие с природными ресурсами города, защита экологии);
- трудовые (качество организации труда);
- научные (проведение научно-исследовательских работ) [3];
- образовательные (повышение квалификации специалистов);
- инвестиционные (развитие конкурентоспособности города и привлечение инвестиций);
- инновационные (поддержка современных технологий) [4].

Ч. Лэндри в книге «Креативный город» определяет концептуальный инструментальный как «набор концепций, идей и способов мышления, предназначенный для того, чтобы понимать, изучать и решать определенные проблемы» [5]. Перспективы концептуального проектирования будущего городов можно охарактеризовать несколькими аспектами: экологический, ресурсосберегающий, средовой, формообразующий, функциональный, производственный и технологический [6].

В начале XXI в. архитекторы сосредоточились на создании уникальных неповторимых объемов. Архитектурные формы отличаются плавностью и текучестью изгибов, фрактальностью, «живой» динамикой, отдавая предпочтение имитации природных форм и принципам биоморфизма. При проектировании концепций городов будущего внимание уделяется передовым инновационным технологиям, которые преследуют цель создать жизнестойкие проекты. Основные направления технологий XXI в.: биотехнологии, нанотехнологии, энергетика и топливо [6]. Именно эти направления дают новый толчок современному градостроительству. Применение аддитивных технологий в строительстве сопряжено с задачами обеспечения максимальной функциональности, комфорта, экономии ресурсов и времени, так же данный подход позволяет создавать наислож-

нейшие формы и конструкции [7]. При этом функциональность и комфорт также выходят на новый уровень. Иными словами, город будущего – это бионаправленный, ресурсосберегающий, экологически чи-

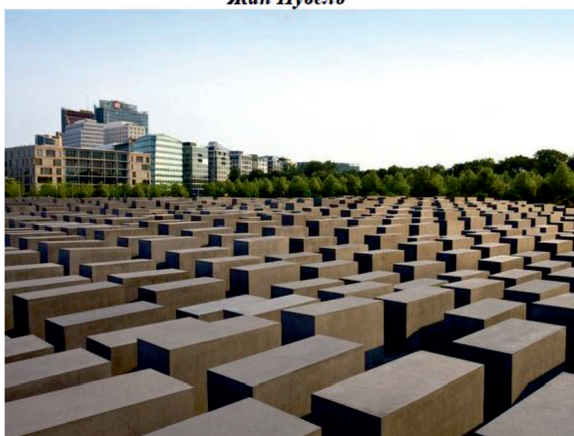
стый, лечебно-восстановительный, высокотехнологичный, информационно-коммуникационный, когнитивный, автономный, функциональный, легко адаптируемый, природоинтегрированный город [6].



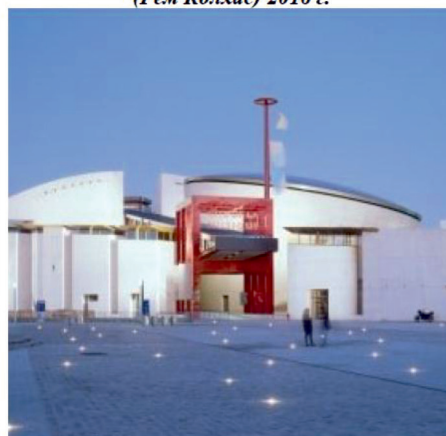
Фонд Картье – Париж, Франция (1994), архитектор Жан Нувель



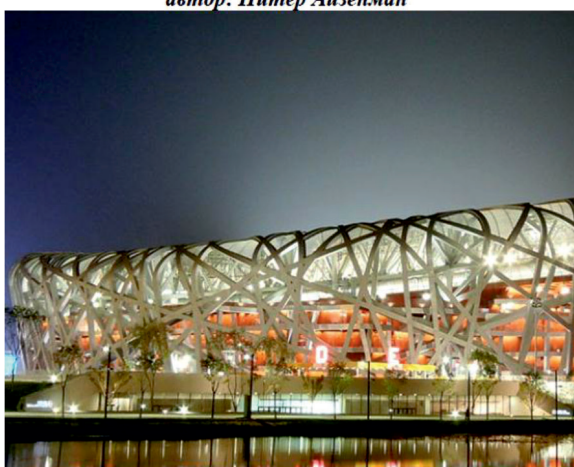
Небоскреб Маханакхон. Бангкок, Таиланд (Рем Колхас) 2016 г.



Мемориал погибшим евреям Европы, Берлин (2005), автор: Питер Айзенман



Комплекс «Город музыки», Франция автор: Кристиан де Портзампарк 1995 г.



Стадион Птичье Гнездо, Пекин, 2008., архитекторы Жак Херцог и Пьер Де Мерон



Ричард Мейер. Небоскреб в стилистике Баухауза в Тель-Авиве

Визуальные примеры авторских концепций в современном архитектурном творчестве

Итальянский архитектор Альдо Росси (1931–1997 гг.) говорил, что функция здания часто меняется на протяжении времени и критерий функциональности, определяющий форму, крайне непостоянен. Форма, предназначенная для определенного рода активностей, сохраняется, но функция может уже в ней не осуществляться. Ле-тербарроу рассматривает архитектуру как декорацию или фон для развертывания разнообразия человеческой жизни. Архитектор Луис Кан (1901–1974 гг.), так же как и Лоос (1870–1933 гг.) трактовал архитектуру как концепт «обслуживающих» человека пространств, при этом самоустраиваясь. Все эти подходы объединены одной идеей – архитектурная форма должна иметь возможность видоизменяться. Принципы проектирования, основанные на свойстве перформативности архитектуры, подразумевают одновременность различных реальностей: пространственной, технической, социальной, эстетической и др. Таким образом, стираются границы между техникой и эстетикой, зданием и ландшафтом, функцией и формой, что является важнейшим сдвигом в понимании архитектуры современности [8]. Перформативность может являться возможностью создавать трансформируемую, развивающуюся архитектурную среду, направленную на перспективность развития территорий. Стремление к органичному включению в природный ландшафт побуждает авторов создавать объекты, пластичные во времени, то есть способные к перформативности в зависимости от обстоятельств и требований времени. Изменение функции возможно при сохранении творческой идеи, адаптации её под новые задачи. Стержнем в таком случае является творческая концепция автора и влияние природного ландшафта, в который вписан архитектурный (дизайнерский) объект.

Современный дизайн архитектурной среды города направлен на решение нескольких задач. Архитектурная среда в различных теориях имеет два основных смысла: «это совокупность облика зданий и сооружений и пространств, ими образуемых, а также благоустройством и системами оборудования» и «это взаимосвязь предметно-пространственного окружения с человеком» [9]. Архитектурная среда, с ее акцентными визуальными элементами, оказывает огромное воздействие на психическое состояние человека, «что непосредственно влияет на его психосоматическое здоровье, поведение, интеллектуальное и социальное развитие» [10].

Правильно спроектированная архитектурная среда способна преднамеренно влиять на эмоциональное восприятие человека

и тем самым влиять на его поведение и психологическое самочувствие [9]. Рекламная среда городского пространства тоже должна учитывать эти факторы. Современный рекламный дизайн должен не только выполнять свои непосредственные задачи привлечения внимания, но и быть более продуманным, решать задачи поддержания визуального, психологического и эстетического комфорта горожан. Формирование информационного комфорта (речь идет о вербальной и невербальной информации) позволит качественно улучшить психологический аспект восприятия городской среды.

Имидж городской среды складывается из множества компонентов, транслируемых через образ данной среды. Для архитекторов и дизайнеров образ трактуется как идеальное представление автора о существующей действительности [11].

«Города нацелены на эмоционально наполненные отношения с их жителями. И города могут и должны использовать потенциал дизайна для стимулирования чувств. Город как живое пространство состоит не только из архитектурной среды, но и из эмоций, наполняющих это пространство» [9]. Рекламный образ городской среды способен сформировать у воспринимающего человека представление об условно «идеальном». Реклама воздействует на изменение восприятия чего-либо через психологию людей, влияет на поведение потребителей. Поэтому важнейшим фактором эффективности рекламы становится творческий уровень того или иного рекламного посыла, творческой идеи (концепции) [12]. Экология рекламной информации, включенной в городскую среду, может способствовать организации её целостности. Ключевым фактором развития города может стать архитектурно-строительный брендинг территорий. Разработка стратегии архитектурно-градостроительного брендинга и планирование городского пространства в соответствии с принципами новой стратегии может популяризировать городские особенности и предоставит возможность конвертации их в доходы, а также будет способствовать повышению качества городской среды и развитию интеллектуальной системы города [4].

«Представление об архитектурном пространстве всегда связано со смысловым полем культуры, в котором и происходит создание и восприятие пространственных форм, объединенных социально значимой информацией в архитектурное пространство» [13]. Следовательно, архитектурная среда должна выступать в роли механизма, который сохраняет информационный баланс, «учитывает информационный фактор

с привязкой к картине мира, и человеческий фактор с привязкой к физиологии и восприятию» [13]. Такое многоплановое понимание архитектурной среды и городского пространства позволяет наиболее полно учитывать задачи, ставящиеся перед архитекторами и дизайнерами. Огромное значение в сфере развития городской среды будут иметь: организация проведения научно-исследовательских работ, повышение квалификации специалистов, качество организации труда и прочие факторы, влияющие на конечный результат.

Выводы

Подводя итоги, следует отметить, что творческие подходы в современной архитектуре и дизайне архитектурной среды многолики и многоплановы и предполагают системный подход. Ассоциативность восприятия картины мира, предлагаемой образной концепцией автора, для потребителя призвана формировать изначально сценарий ощущений и действий в архитектурно-строительном пространстве [14]. Социальный дизайн, реализованный в пространственной архитектурно-строительной среде, призван формировать ощущение комфорта и удовлетворять основные человеческие потребности. Современные концептуальные подходы в формировании городской среды средствами архитектуры и дизайна призваны создавать образные концепции, способные к перформативности, формирующие у потребителя имидж архитектурно-строительного пространства как части природно-географической территории, комфортной для проживания. Для современной городской среды уже недостаточно быть экологичной и эргономичной. Экология поддерживается семиотической, архитектурной и культурной средами [15].

Понятие комфорта для современного человека это:

- визуальный комфорт;
- информационный комфорт (в том числе речь идет и об экологии информации и медийно-техногенного пространства);
- коммуникационный комфорт;
- комфорт безопасности;
- комфорт устойчивого развития;
- комфорт бренда территории (её уникальности, эксклюзивности и значимости).

Следовательно, имидж городской среды необходимо проектировать с учетом этих позиций.

Список литературы

1. Leatherbarrow D. Architecture's unscripted performance. Performative architecture: Beyond instrumentality / Branko Kolarevic and Ali Malkawi. N.Y.: Spon Press, 2005. 576 с.
2. Дущев М.В. Современные авторские концепции архитектурно-художественного синтеза / Теория и история архитектуры, реставрация и реконструкция историко-архитектурного наследия // Известия КГАСУ. 2012. № 1 (19). С. 7–16.
3. Воронин К.М., Гаркави М.С., Пермяков М.Б., Кришан А.Л., Матвеев В.Г., Федосихин В.С., Чикота С.И., Голяк С.А. Научные исследования, инновации в строительстве и инженерных коммуникациях в третьем тысячелетии // Вестник Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. 2009. № 2. С. 49–50.
4. Аристова А.В., Краснобаев И.В. Архитектурно-градостроительный брендинг территорий как ключевой фактор развития города // Известия КГАСУ. 2016. № 1 (35). С. 7–15.
5. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Издательский дом «Классика XXI», 2011. 399 с.
6. Сабирова Э.И., Денисенко Е.В. Аспекты формирования города будущего XXI века // Известия КГАСУ. 2015. № 4 (34). С. 56–64.
7. Пермяков М.Б., Краснова Т.В., Дорофеев А.В. Аддитивные технологии в строительстве и дизайне архитектурной среды: настоящее и будущее // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования. 2018. Т. 9. № 2. С. 2–5.
8. Невлютов М.Р. Перформативность архитектуры в феноменологических концепциях Дэвида Леттербарроу // Architecture and Modern Information Technologies. 2018. № 1(42). С. 178–186 [Электронный ресурс]. URL: http://maghi.ru/AMIT/2018/1kvart18/13_nevlyutov/index.php (дата обращения: 20.01.2019).
9. Рябов О.Р. Эмоциональное восприятие архитектурной среды // Известия КГАСУ. 2016. № 3 (37). С. 62–67.
10. Сибгатуллина И.Ф. Психологическая безопасность, культура и качество жизни в мегаполисе. 2-е изд. Казань: Новая школа, 2011. 160 с.
11. Краснова Т.В., Дворецкий В.А. Проектирование концепции в дизайне и архитектуре // Международный студенческий научный вестник. 2017. № 4–10. С. 1453–1458.
12. Краснова Т.В., Пермяков М.Б. Технология разработки художественного образа в дизайне и архитектуре средствами графической дизайн-концепции // Современные проблемы науки и образования. 2018. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://science-education.ru/article/view?id=27367> (дата обращения: 24.11.2018).
13. Назарова М.П. Архитектурное пространство города: культурологический аспект // Известия ВГПУ. 2012. № 3. С. 73–77.
14. Краснова Т.В., Карпенко С.С. Проектирование в дизайне и архитектуре средствами ассоциаций // Международный студенческий научный вестник. 2017. № 4–8. С. 1125–1130.
15. Воробьев В.П., Степанов В.А. Проблемное поле медиаэкологии: опыт демаркации научного направления // Вестник БГУ. Сер. 4. 2011. № 2. С. 86–90.