

# ТРАНСФОРМАЦИЯ ГОРОДСКИХ ПРОСТРАНСТВ: ЭСТЕТИЧЕСКИЕ И ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ



Георгий Потаев

*Города постоянно развиваются и совершенствуются. Их облик изменяется при строительстве новых зданий и инженерных сооружений, парков, при размещении новых произведений монументального и декоративно-прикладного искусства, при благоустройстве и озеленении улиц, площадей, других открытых городских пространств.*

Эстетические проблемы формирования городских пространств.

Эстетика – учение о прекрасном, об искусстве, художественном творчестве. Рассматривая эстетические проблемы формирования городских пространств, важно осознать, что времена, когда архитектура была матерью всех искусств и впечатляющим «лицом» города, давно прошли (рис. 1). Современная архитектура в большинстве своем лаконична,

малоцветна и не украшает города, а сама нуждается в украшении (рис. 2).

Украшение городов стало самостоятельной областью деятельности, в которой сложились разнообразные творческие направления и приемы, участвуют как профессионалы, так и любители.

**Архитектурные декорации.** Этот аспект рассмотрен в АиС № 2, 2015 г.

Особенностью современного периода архитектурного формообразования является активное применение инновационных технологий (компьютерное управление цветовыми и световыми режимами освещения зданий, использование мультимедийных экранов и проекционных устройств, интерактивных поверхностей и трансформируемых фасадов зданий и т.д.).

Рис. 1. Историческая архитектура украшала города богатой пластикой фасадов, скульптурой, фресками. Сиракуза (Сицилия)



В дополнение можно отметить, что архитектурные декорации могут украсить город, если образуют целостный ансамбль. Например, новый культурно-развлекательный комплекс, созданный в 2003 г. в историческом центре Мельбурна на платформе над железнодорожными путями. Все здания комплекса, занимающего 7,4 га, – единый архитектурный ансамбль. Навесные фасады имеют сложную геометрическую форму и выполнены из металла, стекла и естественного камня (рис. 3).

«Знаки» места. Дома и улицы сами по себе не дают ощущения места. Должны быть «знаки» – узнаваемые элементы, которые ассоциируются с данным местом и отличают его от других. Иногда достаточно одного, обладающего яркой индивидуальностью архитектурного сооружения, чтобы облик города ассоциировался именно с ним. Например, статуя Зевса Олимпийского, Колосс Родосский, Александрийский маяк на острове Фарос (представители семи чудес Древнего мира), статуя Христа Искупителя на горе Корковаду в Рио-де-Жанейро, монумент Свободы в Нью-Йорке, Эйфелева башня и др.

Объекты внимания, которые выделяются в городском пространстве и запоминаются как «знаки» (ориентир, цель движения), должны значительно отличаться от окружения (выделяться из контекста). Они могут быть ранжированы: по степени значимости – на доминирующие (главные) и акцентные (дополнительные); по иерархии – на общегородские, районные, местные; по распределительным функциям – на указывающие направление и обозначающие место; по преимущественному эмоциональному воздействию – на положительные (притягивающие) и отрицательные (отталкивающие).

Например, уменьшенная копия монумента Свободы в Токио выполняет совсем не ту роль, которая отведена монументу в Нью-Йорке. Это «знак» места местного значения, по которому можно найти общественный туалет (рис. 4).

**Украшения к праздникам.** Создание эмоционально насыщенной атмосферы во время праздников, фестивалей, ярмарок и других



Рис. 2. Современная архитектура в большинстве своем лаконична, малоцветна и не украшает города, а сама нуждается в украшении. Типичная для многих городов жилая застройка



Рис. 3. Новый культурно-развлекательный комплекс «Площадь Федерации» в Мельбурне (Австралия) имеет выразительный архитектурный облик, который создают навесные фасады зданий сложной геометрической формы: а – общий вид комплекса; б – разрез комплекса, расположенного на платформе над железнодорожными путями; в – план комплекса в городской застройке



Рис. 4. Уменьшенная копия монумента Свободы на искусственном острове в Токийском заливе является «знаком» места местного значения, по которому можно найти общественный туалет



Рис. 5. Праздничное украшение города во время традиционного кинофестиваля. Марракеш (Марокко)

праздничных событий требует специального украшения городов, исчезающего вместе с окончанием праздника. Для этого используется большой арсенал средств – флаги, транспаранты, гирлянды, праздничная иллюминация (рис. 5).

Сложность праздничного украшения заключается в том, что от праздника люди ожидают новых ярких впечатлений, неожиданностей, преображения привычного облика улиц и площадей. Каждый праздник должен быть индивидуален, каждый раз разрабатывается своя дизайн-концепция. Часто требования экономики диктуют обратное – максимально использовать то, на что уже затрачены средства и ресурсы. Поэтому нужен разумный компромисс – сочетание старого и нового, которое даст неожиданный эффект.

Праздник каждый день. С развитием туризма в городах – туристских центрах – формируются туристские зоны, в которых празднично-карнавальная атмосфера создается не эпизодически, а поддерживается постоянно. С утра до поздней ночи здесь идет торговля сувенирами, изделиями народных мастеров, работают рестораны и кафе, устраиваются концерты, публику развлекают жонглеры, музыканты, факиры, проводятся конкурсы.

**Реклама как украшение и украшение как реклама.** Реклама все назойливее вторгается в облик современных городов, особенно вечерняя (рис. 6).

Реклама (лат. *reclamare* – кричать) – информация о качествах и свойствах товаров, услуг, о предприятиях и организациях. Реклама успешна, когда найдена форма, способная донести нужную информацию до потенциального потребителя, и он заинтересуется ею. Поэтому реклама должна привлекать к себе внимание, легко восприниматься и быть понятной. Лучше всего привлекает внимание реклама, вызывающая улыбку (рис. 7).

Реклама может использоваться как украшение городских пространств, вписываться в архитектурную среду или дисгармонировать с ней (рис. 8).



Рис. 6. Вечерняя реклама в Шанхае (Китай)



Рис. 7. Лучше всего привлекает к себе внимание реклама, вызывающая улыбку



Рис. 8. Реклама, дисгармонирующая с окружающей исторической застройкой. Катанья (Сицилия)

Архитектурные сооружения могут также задумываться как реклама торговых марок или архитектурных фирм (см. АиС № 6, 2015 г.).

**Украшение «по регламенту».** За то, чтобы города были красивыми и удобными для жизни, отвечают специально созданные службы. Они утверждают проекты благоустройства городских районов, определяют очередность окраски фасадов зданий, согласовывают размещение рекламы и праздничного украшения городов (рис. 9).

В процессе многочисленных согласований радикальные идеи обычно «отсекаются» и улучшения носят локальный характер (рис. 10, 11).

**Украшение «как крик души».** Для многих творческих личностей, живущих в городах, дозированно выделенной красоты «по регламенту» мало. Их самовыражение проявляется как в малых художественных формах (рис. 12, 13), так и в крупномасштабных «творениях» (рис. 14).

Самодельные художники находят своих приверженцев, которые заказывают им оформление ресторанов и других объектов, используют их творческую индивидуальность как рекламу.

**Этические проблемы формирования городских пространств.** Наряду с эстетическими проблемами формирования городской среды важно оценивать происходящие трансформации городских пространств с позиций этики, т.е. с позиций системы норм нравственного поведения людей, их обязанностей по отношению к обществу, родине, друг к другу.

Одной из актуальных этических проблем является изменение облика городов в результате строительства высотных зданий, которые кардинально меняют масштаб и силуэт сложившихся городских пространств (как правило, не в лучшую сторону). Призывом к осторожному размещению в городах новых высотных объектов может служить



Рис. 9. Фрески на фасадах городской библиотеки с изображением ее интерьера. Устронь (Польша)

компьютерная карикатура «сдувания» башни «АкБар» в Барселоне, построенной по проекту Жана Нувеля (рис. 15).

Не менее этической проблемой является снос или перестройка до неузнаваемости знаковых для своего времени архитектурных сооружений в центральных зонах городов. Например, первая электростанция в Минске рядом



Рис. 10. Локальное украшение в городке Таормина (Сицилия)

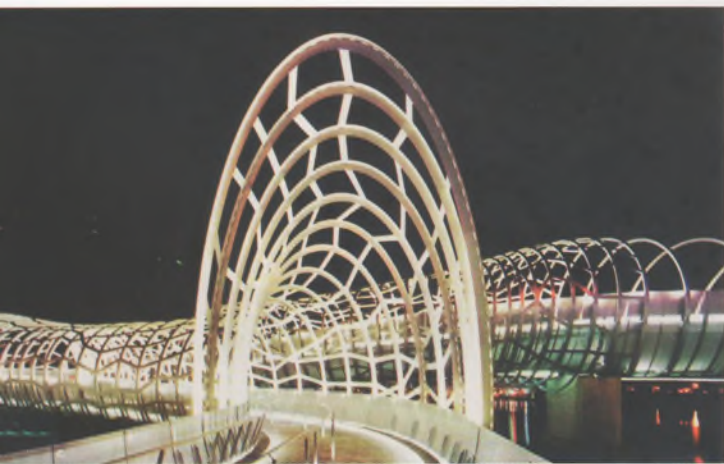


Рис. 11. Мост для пешеходов и велосипедистов, имеющий сложную пространственную форму, украсил район доков в Мельбурне (Австралия)



Рис. 14. Крупномасштабное «творение» самодеятельных художников. Познань (Польша)

с цирком, гостиницы «Свислочь» («Беларусь») у стадиона «Динамо» и «Октябрьская» у здания ЦК КПБ, другие объекты.

**Выводы.** Издревле люди украшают и благоустраивают пространства, в которых живут. Формы украшения разнообразны: от цветов на подоконнике до художественной

росписи многоэтажных зданий. Для современного периода общественного развития характерно повышение требований к качеству городской среды, в том числе к архитектурно-художественной организации урбанизированных пространств. В архитектурной и градостроительной практике все шире применяются новые художественные средства.

Города находятся в процессе постоянной перестройки и развития. Они не могут быть сохранены в том виде, в котором однажды были созданы. Они должны трансформироваться в соответствии с меняющимися потребностями общества. Однако эти изменения должны быть всесторонне обоснованы и тщательно выверены.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Потаев, Г.А. Композиция в архитектуре и градостроительстве / Г.А. Потаев. – Москва: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2015. – 304 с.: цв. ил.
2. Потаев, Г.А. Ландшафтная архитектура и дизайн / Г.А. Потаев. – Москва: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2015. – 400 с.: цв. ил.
3. Архитектурный дизайн: словарь-справочник / под общ. ред. Е.С. Агранович-Пономаревой. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 342 с.
4. Потаев, Г.А. Планировка населенных мест: учебное пособие / Г.А. Потаев. – Минск: РИПО, 2015. – 304 с.: [28] л. ил.: ил.



Рис. 12. Украшение лестницы «как крик души». Гавана (Куба)



Рис. 13. Самодеятельное украшение остановки общественного транспорта. Познань (Польша)

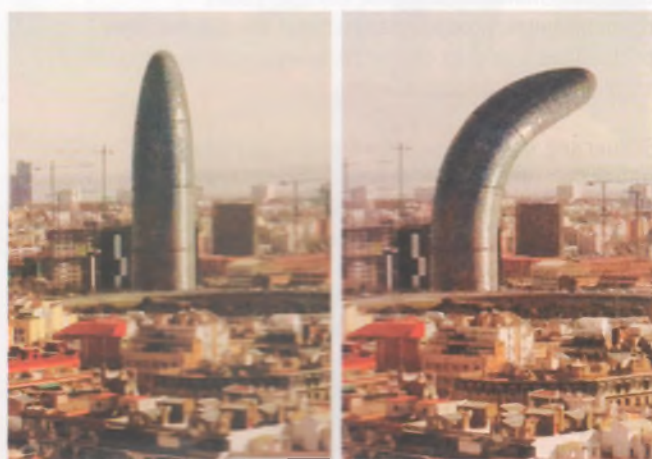


Рис. 15. Компьютерная карикатура «сдувания» башни «АкБар» в Барселоне, построенной по проекту Жана Нувеля, как призыв к осторожному размещению в городах новых высотных объектов