

УЧАСТИЕ АРХИТЕКТУРНЫХ ШКОЛ В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОНКУРСАХ

А.Г. Афанасьев

В статье рассматриваются особенности обучения, как дополнительной стимуляции студентов творческой специальности в единой системе высшего профессионального образования.

Ключевые слова: высшее образование, школа архитектуры, конкурсы.

Множество архитектурных конкурсов несет различные значения и каждый конкурс уникален по ресурсам и методом проведения, начиная от предоставления работ до его оценки. Конкурсная программа включает как открытые творческие конкурсы концепций, идей, проектов, так и смотр-конкурсы реализованных достижений и продуктов в обозначенных категориях и номинациях. Также в рамках конкурсного задания возможно учре-

ждение специальных конкурсов и номинаций партнерами и спонсорами смотра-конкурса с обусловленными конкурсными заданиями.

Готовящиеся конкурсы ставят целью привлечь творческие силы к поиску архитектурных решений, обладающих композиционно-художественной выразительностью. Как работают архитектурные конкурсы. Архитектурный конкурс – это полёт фантазии и обещание счастья. В отличие от тендера он предоставляет возможность выбирать среди лучших и находить неординарный подход к проектированию пространства. Но почему-то на российской почве результат выходит неутешительным. Отчего так происходит? Для начала мы решили разобраться, как устроены архитектурные конкурсы и чего от них можно ждать.

Архитектурные конкурсы вошли в нашу жизнь вместе с именами архитектурных звёзд: Фостер собирался строить Пушкинский Музей, Перро – Мариинку, Курокава – стадион «Зенит». Ни один из проектов не был реализован. В принципе, начиная с конкурса на проект «Дворца Советов» в Москве 1930-х годов, международные конкурсы на российской почве постигала одна и та же судьба – они оставались на бумаге. Неудивительно, что когда не менее звёздные DillerScofidioRenfro выиграла конкурс на строительство парка в Зарядье, реакция публики и части профессионального сообщества оказалась довольно скептической. Приняв во внимание, что в России практика архитектурных конкурсов – довольно молодое явление по сравнению с Европой, где история архитектурных конкурсов теряется в веках и сумраке готических соборов, для начала предлагаем разобраться в том, какие бывают конкурсы вообще.

Какие бывают конкурсы. Конкурсы бывают двух типов – это конкурсы проектов и конкурсы идей. Целью проектных конкурсов является поиск наиболее подходящих решений для конкретного объекта, а победитель получает заказ на дальнейшую разработку концепции. Таким был конкурс для парка «Зарядье». Конкурсы идей чаще устраиваются для решения общегородских проблем в области планирования и архитектуры. Они не ведут к конкретным заказам и в них очень часто принимают участие студенты. Такие конкурсы позволяют оторваться от земли и подключить широкую публику к поиску новых решений. И конкурсы проектов, и конкурсы идей могут быть как открытыми, так и закрытыми. Открытые конкурсы широко афишируются и чаще всего не подразумевают денежного вознаграждения участников, кроме победителей. Закрытый конкурс организуется по-другому. Заказчик и группа советников отбирают пять–восемь команд, которых и приглашают к участию. В закрытом конкурсе, в отличие от открытого, каждая команда-участник получает гонорар после передачи конкурсных предложений комиссии. Как конкурсы на проектирование архитектурных объектов, так и конкурсы на планирование общественных пространств могут проводиться в один или два этапа. В том случае, если

объект не является крупномасштабным или комплексным, достаточно одного этапа. Если же подобный формат не подходит, конкурс проводится в два этапа. В таком случае сначала команды разрабатывают основы концепций до общепонятного уровня, либо подают пакет документов, описывающий их опыт и общее видение подхода к разработке проекта (тендерная процедура). Далее жюри отбирает несколько кандидатов для второго этапа. Важным аспектом является анонимность предложений, что обеспечивает непредвзятость решений жюри. Анонимность должна быть сохранена и при переходе от одного этапа к другому. Вся коммуникация между конкурсантами и организаторами возлагается на отдельно взятого члена команды организаторов, который не принимает участия в обсуждении предложений и принятии решений. Он обязан позаботиться о том, чтобы имена участников остались в тайне как от организаторов, так и от остальных конкурсантов.

Кто и как формулирует задачи. Каждый конкурс является уникальным и разрабатывается с нуля. Первым важным шагом является составление технического задания (ТЗ). Именно оно даёт четкое представление о заказчике и его интересах и описывает главную задачу и правила конкурса, а также требования, критерии оценки и условия последующего взаимодействия между заказчиком и победителем. Работа над ТЗ – самая трудоёмкая часть, требующая постоянной коммуникации между участниками, в которую должны быть включены не только заказчик с консультантом и другие специалисты, но и все стейкхолдеры (например, владельцы недвижимости или бизнеса по соседству), а также органы местного самоуправления и жители (особенно если речь идёт о подготовке конкурса на проектирование общественного пространства). Помимо понимания общего социального и пространственного контекста, при составлении задания очень важно правильно оценивать все остальные характеристики площадки: например, то, как организованы пешеходные и транспортные потоки, существует ли иерархия в моделях движения. Для этого привлекаются дополнительные специалисты и проводятся исследования.

Кроме того, в состав команды, курирующей конкурс на общественные пространства, обязательно входит ландшафтный архитектор, так как ТЗ описывает физические и визуальные качества существующего ландшафта. Часто во время составления задания и оценки конкурсных предложений, организаторы прибегают к помощи различных организаций, работающих с окружающей средой. Если ландшафт является ключевым в конкурсном проекте, то конкурсантов обеспечивают результатами топографических, экологических, гидрологических и археологических изысканий.

Продолжительность разработки ТЗ может занять от четырех до шести недель. Всё зависит от того, насколько заказчик определился с задачами конкурса и желаемым результатом. Работа над ТЗ обычно проходит три

стадии разработки: сначала определяется видение конкурса, затем намечаются его цели и задачи в общих чертах, в конечном итоге разрабатывается более детализированная версия задания. Когда утверждена концепция и проговорены все детали, начинается работа над текстом задания, который должен быть внятным и лёгким для чтения. Фактически точность и профессиональность ТЗ определяет и качество конкурса. Что делать, когда у заказчика есть и желание, и понимание необходимости конкурсного подхода, но нет опыта? Чаще всего принято прибегать к услугам профессиональных консультантов, но иногда к разработке технического задания в качестве консультантов привлекают и победителей предыдущих конкурсов. Конкурсы и профессиональное сообщество. Открытые конкурсы, в особенности концептуальные, являются мощным лифтом для начинающих профессионалов. С другой стороны, участие в конкурсах финансово невыгодно: сроки сдачи конкурсных предложений очень сжатые, что означает переработки или задержки в работе над текущими проектами, которые, в отличие от конкурсов, приносят прибыль. Однако, несмотря на то, что конкурсы являются стрессом, как психологическим, так и финансовым, архитекторы продолжают в них участвовать.

Конкурс дает свободу мысли и действиям при достаточно скромном перечне ограничений. Часто самые безумные идеи приходят именно вследствие сжатых сроков проектирования, когда творческая мысль доминирует над рациональным мышлением. Кроме того участие в конкурсах совершенствует коммуникационные навыки. Члены жюри не будут часами рассматривать одно предложение, поэтому хорошую концепцию надо не только придумать, но и хорошо её подать, чтобы запомниться на фоне десятка или даже сотни соперников.

Но несмотря на все сложности, с которыми сталкиваются архитекторы и проектировщики, именно конкурсы предоставляют возможность поэкспериментировать, что стимулирует не только профессиональное развитие участников, но и даёт толчок развитию профессии в целом.

Архитектурные фестивали с конкурсными программами, направлены на раскрытие потенциала современного градостроительства как сложного комплекса общественно-экономических, строительно-технических, архитектурно-художественных, санитарно-гигиенических и производительных задач и решений, направленных на создание и совершенствование гармоничной и благоприятной жизненной среды человека и общества.

Цели таких конкурсов. Привлечение внимания широкой общественности к достижениям прогрессивной архитектуры и градостроительства в России и в мире. Демонстрация лучших современных архитектурных и дизайнерских решений в организации внутреннего и внешнего пространства жизненной среды. Выявление и поощрение лучших новаторских идей в осмыслении, создании и совершенствовании комфортной и благоприят-

ной среды обитания. Демонстрация новых конструктивных, декоративных и композиционных возможностей отделочных и строительных материалов, технологий в сфере производства и энергосбережения, передовых дизайнов продукции в сфере индустриального производства. Привлечение внимания инвесторов и производителей к прогрессивным идеям, получившим высокую оценку и прогноз эффективности разработок от компетентного жюри смотра-конкурса. Адаптация инновационных идей и технологий для целей развития экономики и производства в дальнейшем.

На данный момент развитие рынка труда архитектурной или дизайнерской специальности сводится к привлечению заказчиков или инвесторов. Как правило множество сообществ и проведение всевозможных конкурсов более профессиональных и престижных и с другой стороны более сомнительных. Информация о российских конкурсах отсутствует в специализированных международных базах данных, с другой – для местных архитекторов конкурсы не становятся естественным механизмом получения заказов. В отличие от России среднестатистическая европейская архитектурная компания участвует примерно в десяти конкурсах в год, в результате чего получает один или два заказа на проекты.

На сегодняшний день в российских конкурсах принимают участие:

- 1) международные архитектурные компании, обладающие широкой медиаподдержкой и активно строящие в развивающихся странах;
- 2) российские архитектурные бюро, представляющие интересы местной профессиональной элиты. Их участие носит в основном формальный характер: такие бюро практически никогда не выигрывают, зато обеспечивают местное присутствие, снижая тем самым риск возникновения конфликтов между организатором и региональным архитектурным сообществом;
- 3) любые архитектурные компании, дипломированные архитекторы и студенты вузов в случае, если приоритетом для организатора является не реализация проекта-победителя, а продвижение определенных технологий и/или персоналий и брендов, экономия на гонорарном фонде, поиск талантливой молодежи, хэдхантерство.

Жюри конкурса формируется из двух социальных групп: чиновников и профессионалов. Первые, как правило, находятся в большинстве. Представляя местную и/или федеральную власть, чиновники призваны обеспечить финансирование и политическую защиту проекта. Обычно они голодают в унисон с самым главным из них, занимающим пост председателя жюри. В ходе приглашения профессионалов приоритет отдается статусу архитектора, а не опыту участия в работе жюри конкурсов, результатом которых стала успешная реализация проектов-победителей. Никакой ответственности за принятые решения члены жюри не несут. Более того, с местными участниками жюри, как правило, вообще не заключают никаких договоров, формализующих условия их работы.

Цель участия в различных конкурсах регионального, федерального или международного уровня кафедры «Архитектура» или отдельной архитектурной школы: получение «пиар эффекта»; повышение статуса ученого заведения; создания творческих условий в обучение студентов; корректировки в учебный процесс и в программу дисциплин по курсовому проектированию; котировка (индикация) среди вузов или архитектурной школы по стране; преобладание творческой конкуренции между студентами не только одной группой, но потоков с разных курсов; формирование творческой личности; привлечение абитуриентов.

Необходимость реализации задач конкурса (участие) преподносится как самим собой разумеющиеся. При этом участники конкурса ставятся в такое положение, когда они отвечают перед общественностью не только за предложенные ими архитектурные решения, но и за престиж своей архитектурной школы.

Библиографический список

1. Евразийская премия // Официальный сайт. – URL: www.eurasian-prize.ru.
2. Меркулова, А. Механика мечты: как работают архитектурные конкурсы / А. Меркулова // Журнал URBANURBAN. – URL: <http://urbanurban.ru/blog/reflection/364/Mekhanika-mechty-kak-rabotayut-arkhitekturnye-konkursy>.