

АРХИТЕКТУРНЫЙ СТИЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКИ ДИЗАЙНА

В.Г. Чудинова

В статье рассматриваются функциональные аспекты использования архитектурного стиля: как инструмента коммуникации, самопозиционирования, репрезентации, коммерческой привлекательности. Отмечается преобладание дизайнерских приемов в современной практике создания архитектурного образа. На отдельных примерах проиллюстрированы стилистические тенденции, свидетельствующие о кризисе идентичности.

Ключевые слова: архитектурный стиль; стилизация; символ; современная архитектура; художественный образ.

Теоретические изыскания и дискуссии об архитектурном стиле как искусствоведческой категории на протяжении XIX–XX веков претерпели несколько стадий. Острота полемики, вплоть до отрицания самого понятия стиля и замены его другими категориями – среды, метода, остается за рамками практической деятельности. Современным профессиональным сообществом разделяется точка зрения на стиль как творческий метод и проявление свободного выбора композиционных средств. Отсутствие предписанной нормативности, иерархичности архитектурных форм, свойственное историческим стилям и эпохам вызывает справедливое неприятие данной категории в отношении современной архитектуры. Чаще всего, когда речь заходит о стиле, мы имеем дело с попытками стилизации, декорирования, стайлинга, искусственного конструирования художественного образа.

Как справедливо указывает доктор искусствоведения А.Г. Раппопорт: «...реальная практика архитектуры постепенно становится дизайнерской, то есть рассчитанной на категорию формы, стиля, и образной системы рекламно-сезонного характера, который появляется также же быстро, как и

исчезает» [1]. «Сейчас архитектура активно пользуется дизайном. Она буквально съедена и поглощена им» [2]. «Главное, что отличает архитектурный дизайн от архитектуры – это как раз совершенно по-новому переживаемая категория времени. Если в архитектурной традиции здание мыслилось строящимся на века, то в дизайнерском мышлении всякий проект обречен на сравнительно скорую смерть» [3].

Разумеется, архитектурный стиль не сводится к зрительным впечатлениям, эмоциональному восприятию формы и пространства. Объект архитектуры не может быть атрибутирован по аналогии с другими видами искусства, поскольку его роль и воздействие не ограничены образными свойствами, а определяют сценарий жизнедеятельности. Но, понятие стиля в современной практике востребовано именно как коммерческий продукт, удовлетворяющий эстетическим представлениям и ценностной ориентации заказчика. А с другой стороны, эти представления формируют массмедиа, далекие от научно-теоретических положений и точности дефиниций. Таким образом, мы вынуждены признать, что важнейшая функция стиля как коммуникативного средства распадается на две ипостаси. В одном случае эта функция не работает, поскольку семантика образов, язык сторон, вступающих в диалог и оперирующих одинаковыми терминами, наполнены разными значениями. Что обусловлено различиями ассоциативного ряда, художественной эрудиции, общекультурного базиса.

Сторонами коммуникации в данном случае выступают заказчик и исполнитель. Заказчиком может быть как государство, корпорация, представители некой группы или частное лицо. В качестве исполнителя может выступать группа проектировщиков, архитекторы, дизайнеры, стилисты, декораторы. В любом случае работает субъективный фактор, поскольку даже на уровне государства принятие решения сводится к конкретным людям.

Вторая, объективная сторона функции стиля как средства коммуникации начинает проявляться после реализации проекта. Когда созданный образ становится средством самопозиционирования заказчика, а также, в отдельных случаях – исполнителя. Причем транслируемое сообщение реального образа может сильно отличаться от задуманного. Особенно ярко проявляются стилизаторские тенденции в условиях кризиса идентичности (индивидуальной, коллективной), в частности, – на постсоветском пространстве. Среди причин этого кризиса: «отрицание символов, распад коллективной памяти, ... дисгармония между описательным и нормативным образами себя, прерывность в истории, несоответствие между представлением культуры о самой себе и ее образами в других культурах, наконец, чувство неполноценности относительно более совершенной культуры» [4].

В стремлении сформировать мощный образ крупной корпорации или государства выбор стилевых предпочтений ограничивается радикальными вариантами модернизма либо историзма, в зависимости от «целевой ауди-

тории». Национально-романтические вариации исторического стиля указывают на ожидание позитивного отклика от «внутреннего» адресата. Архитектурные произведения репрезентативного характера, направленные на внешний отклик, уподобляются аттракциону, где новизна форм и композиционных приемов являются главными критериями создаваемого образа.

Обратимся к конкретным примерам. Визуальные образы архитектуры активно эксплуатируются в рекламе, в туристической индустрии. Появляются знаковые объекты, изначально задуманные как аттракцион (эффект Бильбао). Стиль архитектуры Дубая, Сингапура (рис. 1), возникший как коммерческий продукт, отождествляется с экономическим успехом и находит подражателей.



Рис.1. Отель Marina Bay Sands. Сингапур. Арх. Моше Сафди

Крупные объекты, возникшие за последние годы в Казани, демонстрируют гибридный китч с восточной декоративностью и французским классицизмом. В конкурсе на проект национальной библиотеки Татарстана победил известный архитектор Эрик ван Эгераат, но его проект остался не востребован, как и другие качественные предложения. На иллюстрациях ниже показаны отечественные проекты. Один выполнен в духе не критичной ретроспективности (рис. 2), другой в модернистских формах (рис. 3). Принятый к строительству проект архитектурной фирмы «Антика» из Казани внешне буквально воспроизводит капеллу Версальского дворца эпохи Людовика XIV (архитектор Жюль Ардуэн Мансар), в разработке ландшафта угадываются приемы, использованные на холме Монмартр в Париже и стеклянные купола Манежной площади в Москве. Здесь же присутствуют «минареты» и барочные каскады. Сопоставление проектов, представленных на конкурс, и реализованных построек свидетельствует об использовании архитектурного стиля в качестве инструмента самоидентификации заказчика, а точнее – самопозиционирования.

В данном случае, помимо коммуникационной функции стиля, включается и компенсаторная. Происходит вытеснение и замещение реальной действительности театрализацией, отождествление с иллюзорным образом.



Рис. 2. Национальная библиотека Татарстана. Казань.
Проект арх-бюро «Антика»

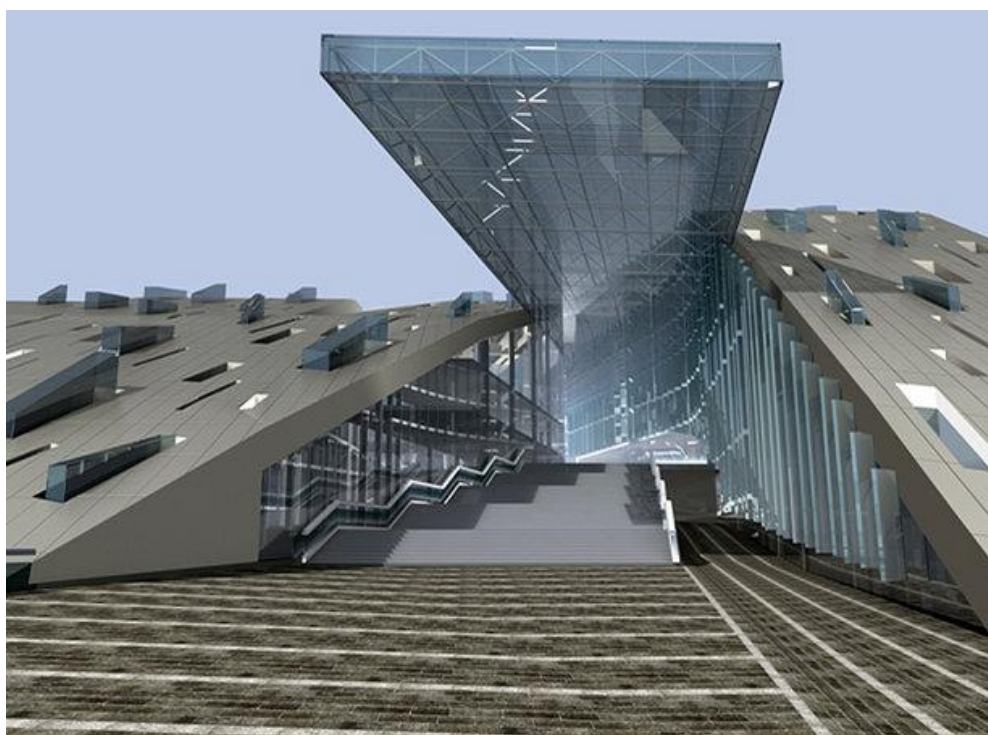


Рис.3. Национальная библиотека. Казань.
Арх. Величкин Д.В., Голованов Н.Н.

Попытка усиления или обретения национальной идентичности проходит также через декларирование преемственности, нарочитого использования традиционной символики. Стилизация в данном случае воспроизводит образы отдаленной исторической эпохи. Использование традиционных символов идентичности противоположно ассимиляции, и свидетельствует не о застое, а о долговременной результативности, пассионарности.

По определению стилизация это – «целенаправленное воспроизведение чужого стиля как определённой эстетической и идеологической позиции». Использование образов именно отдалённых культур является признаком неудовлетворённости идеологическими и художественными нормами.

На примере Астаны можно отметить как амбиции самоопределения, так и желание продемонстрировать включённость в современный контекст мировой культуры. Привлечение к проектированию знаменитых архитекторов, а главное – осуществление их проектов в короткие сроки, безусловно, заслуживает уважения, но выявляет «брендозависимость» («вещь» от Нормана Фостера, от Кисё Курокавы). Уникальные, самодостаточные объекты, безразличные к контексту, выстроены в формальную композицию с доминирующей жесткой осью симметрии. Создается образ временной выставочной экспозиции (ярмарки тщеславия), где роль экспонатов выполняют здания и монументы. Местные жители дали им прозвища «зажигалка», «четыре китайца», «чупа-чупс», «хот-дог», «матрац» и т.д. За этим стоит попытка снизить пафос, очеловечить инородные объекты, получить внятные пространственные ориентиры. Но, отыскиваются аналогии архитектурных композиций Астаны с масонской и сатанинской символикой [5].

Архитектура как материальное воплощение культуры на конкретном историческом этапе отражает его актуальные символы. Сегодня символ стал языком массовой культуры, которая опирается на типовые реакции, распространенные идеи и убеждения, мифы коллективного сознания. С архетипами тесно связаны ритуалы. Но, в отличие от традиционной культуры, ритуал, т. е. внешняя форма, нередко заменяет внутреннее содержание. Ритуал стал особым пластом социокультурной коммуникации [6]. Архитектура здесь выполняет функцию сценографии.

Библиографический список

1. Раппопорт, А.Г. Ситуация в архитектуре 21 века (часть 2) / А.Г. Раппопорт. – URL: <http://papardes.blogspot.ru/2014/04/21-2.html>.
2. Раппопорт, А.Г. Архитектура против дизайна: интервью журналу «Под ключ» / А.Г. Раппопорт. – URL: <http://forum.homeideas.ru/thread1056.html>.
3. Раппопорт, А.Г. Вечное, историческое и конъюнктурное в архитектурном формообразовании / А.Г. Раппопорт. – URL: <http://papardes.blogspot.ru/2010/12/blog-post.html>.
4. Хесле, В. Кризис индивидуальной и коллективной идентичности / В. Хесле // Вопросы философии. – 1994. – № 10. – С. 112–123.

Наука ЮУрГУ: материалы 66-й научной конференции
Секции социально-гуманитарных наук

5. Символика масонов или сияющая Астана // Сайт «Инсайдер Блог». – URL: <http://insiderblogs.info/simvolika-masonov-ili-siausiaia-astana/>.

6. Иванова, Е.В. Туристская реклама в культуре XX века / Е.В. Иванова // Туризм и культурное наследие. Межвузовский сб. науч. трудов. – 2004. – Вып. 2. – С. 136–141.