

Строительство и Архитектура /2. Дизайн городской и ландшафтной архитектуры.

Омирбекова А.М.

Карагандинский Технический Университет , Казахстан

Современные тенденции в дизайне города

Современное общество характеризуется активными социокультурными трансформациями, которые сконцентрированы в городах – центрах культурной, политической, административной, экономической жизни. Характерными чертами современного этапа общественного развития являются быстрый рост городов и увеличение числа проживающих в них людей. По прогнозам ООН, к 2050 г. Более 85 % населения Земли, в том числе нашей страны, будет проживать и работать в городах. В городских поселениях формируется особая среда жизни человека - городская (урбанизированная) среда. Помимо природных городская среда содержит компоненты, искусственно созданные человеком, - техносферу, которая включает в себя производство и его результаты, городской архитектурный комплекс, транспорт. Наконец, последний, и, пожалуй, наиважнейший компонент городской урбосистемы – население – оно выступает как потребитель продуктов деятельности производства, но в то же время и как носитель разнообразных нематериальных потребностей. Социальные интересы людей включают широкий спектр потребностей культурного, экологического, этического, национального, экономического и политического характера. Увеличивается разрыв между масштабом человека, являющимся константой, и масштабом города, который постоянно растет. «Город – это особая жизненная и культурная среда, где создаются уникальные условия для личностной самоидентификации человека, который является носителем культурного наследия и инициатор коммуникационно-культурных взаимоотношений. На уровне мегаполиса социокультурные коммуникации выражены особенно интенсивно, поэтому современные жители находятся в центре культурной жизни, но подвергаясь при этом наиболее деструктивным воздействиям коммуникационного пространства города.» По мнению социолога, урбаниста Ольги Вендиной, постижение города его обитателями становится все более трудным, людям приходится постоянно приспосабливаться к искусственной среде, меняющейся вне их понимания, «преодолевать» ее, вместо того чтобы получать удовольствие от городской жизни.

В современной городской среде активно проявляется тенденция унификации, стандартизации современных городов, что не благоприятно влияет на многообразие культурного пространства городов. «К началу XXI века в мировом научном сообществе утвердилась «концепция глобального

общества», с точки зрения которой все люди Земли являются гражданами единого глобального общества, состоящего из великого множества локальных сообществ, функционирующих в различных странах мира.» Процесс глобализации поглотил современные города, обострив проблему идентификации современного города, нарушив процесс формирования индивидуального образа города. Город должен давать сконцентрированное представление о культуре, традициях, истории, но современный город постепенно утрачивает своё историческое предназначение, свою родовую память – прекращается преемственность опыта. А именно через город, через его динамику, формы, знаки и символы происходит приобщение общества к цивилизации к целом. «Города исторически создавались с учетом территориальных особенностей, транспортно-географического положения и наличия/отсутствия природных ресурсов. Сейчас все границы стираются, и города унифицируются, теряя свою индивидуальность, и вместе с ней теряется преемственность опыта эффективной в социальном, экологическом и экономическом аспектах жизнедеятельности населения в его пределах и вне их». По статистике, в районах типовой застройки наблюдается самый высокий процент самоубийств, несчастных случаев и криминальных происшествий. Неблагоприятная визуальная среда, когда человек вынужден постоянно пребывать среди зданий сискажёнными формами, приводит к возникновению и развитию психических заболеваний, падению нравственности и процветанию низменных качеств человеческой природы. Проблема архитектурной глобализации в современной городской среде стирает культурные различия между городами, рождая глобальный мегаполис. Мегаполис выступает как машина воспроизведения, которая относительно быстро воспроизводит все локальное, что возникает в определенном городе, во всех других городах мира. Так, различные города становятся все больше и больше похожими друг на друга, хотя при этом ни один город не служит моделью для всех остальных городов. Данная тенденция распространяет антинациональную и антикультурную парадигму в современных городах, обезличивая людей, их жилища, уничтожая патриотические чувства людей к месту, где они родились, где они живут – в результате лишают человека родины.

Тенденция в создании новых морфотипов архитектурного пространства современных городов выявляет проблему случайности формообразования современного города. На первый план выходит функциональность использования территории города, а эстетика восприятия городского пространства не является ценностью. Также при проектировании объектов городской среды авторы в первую очередь ориентируются на модные тенденции, демонстрацию возможностей современных строительных технологий, а не на влияние объекта на целостное пространство города. Архитектурное пространство города – зеркало отражающее приоритетные ценности, историю, национальную культуру, политику – объективное

содержание того, что важно в социальном, экономическом и политическом плане.

Также можно выделить тенденцию использования потенциала дизайна в формировании культурного пространства современного города. Современная социокультурная ситуация выявляет потенциал дизайна, как инструмент способный сформировать единое целостное культурное пространство в городе и гармонизировать жизнедеятельность человека в рамках урбанистической среды. Дизайн является носителем социальных изменений в современном обществе. Такое понимание влияния дизайна на общество характерно особенностям складывающейся культурной, социально-экономической, политической ситуации в социумах, которые обладают высоким уровнем развития. Современный дизайн становится одним из ярчайших явлений в культуре, переместившись из роли эстетизации предметного мира в роль проектировщика образа жизни людей, напрямую влияя на формирование культуры, активно занимаясь проектированием культурных пространств городской среды и дизайном человеческого опыта - дизайном социального контекста, проектировщиком потенциальных возможностей человека. Например, в решении проблемы индентификации современных городов все чаще используют инструменты территориального брендинга. Процессы глобализации в современных городах формируют потребность территорий «выбираться» из одинаковости, искать, культивировать и предъявлять миру свою уникальность. Глобализация изменяет саму стратегию брендинга, требуя максимального учета культурных особенностей потребителя. В результате глобализации растет культурное и архитектурное разнообразие мест.

Также потенциал дизайна активно используется в выращивании «кreatивных городов». В современной урбанистической теории понятие о «кreatивном городе» связано с представлением о распространенной и даже популярной градостроительной стратегии планирования и переустройства городов, которая не зависит ни от характеристик самого города, ни от его размера или известности. Ведущий британский специалист по развитию городов Чарльз Лэндри предлагает новый метод стратегического городского планирования, который основывается на наиболее важном ресурсе города (стратегический резерв города) – людях, как источника креативности. Также автор использует характерную особенность творческих людей, собираясь вместе на одной территории они формируют творческую среду города. Впервые работа Чарльз Лэндри опубликована в Великобритании и США в 2000 году, на русский язык переведена в 2006-м. В настоящее время концепцию креативного города активно внедряют в множестве современных городов и часто используют этот инструмент для решения конкретных проблем в городской среде. Например, одно из направлений проектов в рамках Культурного форума мировых городов, стало направление расширение вовлечения городского населения в культурную жизнь города - культурная экспрессия, которая дает возможность

самовыражения индивидам и социальным группам и подпитывает их энергией. Например, Лос-анджелесская кампания «Искусство для всех» предлагает высококачественное и последовательное образование в области искусства для 1,6 млн учеников и студентов из всего округа Лос-Анджелес, а токийский проект «Ночь искусств в квартале Роппонги» снимает препятствия для участия в культурной жизни широких масс. Также в рамках задачи создания культурного пространства в современном городе активно проявлена проблема осмысленного и ответственного городского дизайна, одним из первых ее поднял в своей революционной работе «Дизайн для реального мира» Виктора Папанек, известного практик архитектуры и дизайна XX века. Ее появление на рубеже 1960-1970 годов было воспринято как взрыв, потрясший основы тогдашних теорий функционализма с его идеями унифицированной элегантности форм. «Выражая свою неудовлетворенность современным дизайном, Папанек выступал за новую философию дизайна, убеждал в необходимости целостного пониманию его задач и связей с реальной жизнью большинства людей... Известная фраза автора: «все люди – дизайнёры», воспринимается вехой-символом в развитии теории дизайна, превратившись в манифест переосмыслиния одномерности глобального дизайна». Можно выделить основную проблему, которую автор поднимает в своей работе – это то, что отсутствие каких-либо моральных, социальных и культурных ограничений провоцирует дизайн и искусство на постоянную гонку за новизной и желанием дизайнера удивить аудиторию, что становится главной целью, подменяя социальную миссию дизайна и снижая ответственность дизайнера перед обществом. «Поэтому дизайн-образование должно воспитывать в будущем специалисте социальную ответственность перед обществом и мотивировать на формирование желания у студентов дизайнеров выявить истинные подлинные потребности человека и использование своих профессиональных навыков и знаний на удовлетворение подлинных общественных и человеческих нужд».

В результате проведенного анализа в данной статье были выделены тенденции формирования культурного пространства современного города такие, как: унификация, стандартизация современных городов; создание новых морфотипов архитектурного пространства современных городов; формирование нового социокультурного пространства в современном городе; использование потенциала дизайна в формировании культурного пространства городской среды.

Литература :

1. Монастырская М. Е. Современные тенденции философского осмыслиения феномена глобализации в урбанистическом контексте // Социология города. – 2016. – № 2.
2. Визгалов, Д.В. В42 Брендинг города / Денис Визгалов. [Предисл. Л.В. Смирнягина]. - Москва : Фонд «Институт экономики города», 2011. - 160 с.
3. Якишин С.В. Культурно-коммуникационное пространство современного города: идентификация личности: автореф. дис . канд. филос. наук. – Нижний Новгород: Нижегородский гос. арх.строит. ун-т, 2015. – 5 с.
4. Папенек В. Дизайн для реального мира/ Пер. с английского. –М.: Издатель Д.Аронов, 2012. – С. 20-75
5. Проект «Культура повседневности». Настоящее и будущее города. Опрос экспертов [Электронный ресурс]. URL: <https://snob.ru/selected/entry/104070> (дата обращения 10.05.2016).
6. Трубина, Елена Германовна : Город в теории : опыты осмысливания пространства: М.: Новое литературное обозрение, 2011:520 с.: ил.
7. Лэндри Ч. Креативный город / пер. с англ. - М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2014. - 400 с. 9. Т