

КОММУНИКАТИВНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ АРТ-ОБЪЕКТОВ В АРХИТЕКТУРНОЙ СРЕДЕ

Киселева А. А., аспирант кафедры основ архитектуры и ДАС
Одесская государственная академия строительства и архитектуры
тел. (048)720-66-72

Аннотация. В статье рассматривается коммуникативная значимость арт-объектов и их роль в архитектурной среде. Анализируется сформированная база характеристик, уровней и типов доминирующих объектов.

Ключевые слова: арт-объект, архитектурная среда, архитектурная доминанта, коммуникативная значимость.

Цель работы. Выделить основные группы арт-объектов как доминанты в архитектурной среде, их качества, уровни, характеристики и типы.

Задача работы.

Выявить основные группы коммуникативной значимости арт-объектов

Выявить типы арт-объектов по типу доминирования

Выявить группы качеств доминирующих арт-объектов

Проблема сохранения целостности градостроительной композиции в условиях постоянно обновляющейся системы связей новых застроек определяет основные ограничения проектных действий в архитектурной среде. В конкретном средовом решении взаимная увязка принципиально разных новых средовых объектов и построек осуществляется сегодня интуитивно, в меру таланта каждого художника, без внимания на общие правила их комплексного согласования и средового доминирования (1). Для грамотного построения обновляющейся среды необходим вдумчивый и систематичный подход к включению новых средовых объектов различной коммуникативной значимости. Для изучения коммуникативной значимости арт-объектов как доминанты в архитектурно-исторической среде необходимо проанализировать и систематизировать существующие знания. Опираясь на смысловое значение, закладываемое в термины, можно выделить пять основных групп (2).

В первую группу собраны такие понятия, как «зрительный акцент» и «архитектурный акцент». Авторы Н. Н. Баранов и М. В. Кубасов наделяют их следующими значениями: «объект или группа объектов, которые являются главным элементом ансамбля и формируют выразительность его образа, а также объекты, ярко выделяющиеся из городской среды».

Во второй группе представлен термин «смысловой центр композиции». Употребляется он в значении «объект или группа объектов, задающих масштабность и направление развития всего средового пространства». Как правило, объект зрительно определяется как главный.

Следующая, третья, группа представлена лишь одним определением – «важные городские объекты». Он обозначает объекты и здания, формирующие художественное своеобразие города.

Четвертую группу представляют следующие термины: «высотные объекты» и «вертикаль». Они употреблены в значении объектов, задающих новый архитектурный масштаб всем городским постройкам и формирующих новый силуэт города.

В пятую группу объединены такие понятия, как: «главное сооружение», «маяк», «цель», «ориентир». В данном случае арт-объекты обозначают «уникальные и

специфические элементы города (здания, сооружения, малые архитектурные формы), способствующие ориентированию человека в пространстве, а также объекты, которые ввиду своих художественных, конструктивных или иных качеств концентрируют на себе внимание зрителя, а также формируют видовой кадр». Опираясь на вышеперечисленные термины и сформулированные пять групп, выведена шкала коммуникативной значимости арт-объектов в архитектурной среде (рис.1). Эта шкала выражает взаимосвязь между понятиями, характеризующими архитектурные доминанты, и их коммуникативные характеристики. То есть шкала раскрывает визуальную значимость арт-объекта относительно употребляемого термина. Под визуальной значимостью понимается сила визуально-психологического воздействия архитектурного сооружения на человека, его способность притягивать внимание. На данной шкале определения расположены в соответствии с увеличением их коммуникативных возможностей в следующем порядке: акцент, смысловой центр композиции, важный городской объект, высотное здание, ориентир. На шкале нет определенного места для доминанты, поскольку её коммуникативные возможности охватывают весь представленный диапазон визуального влияния, можно сказать, что доминанта объединяет в себе все остальные значимости. Они расположены в порядке возрастания – от локального элемента среды, действующего на зрителя в рамках непосредственного близкого восприятия с ограниченного количества точек, до объекта-ориентира городского значения, формирующего силуэт всего города.

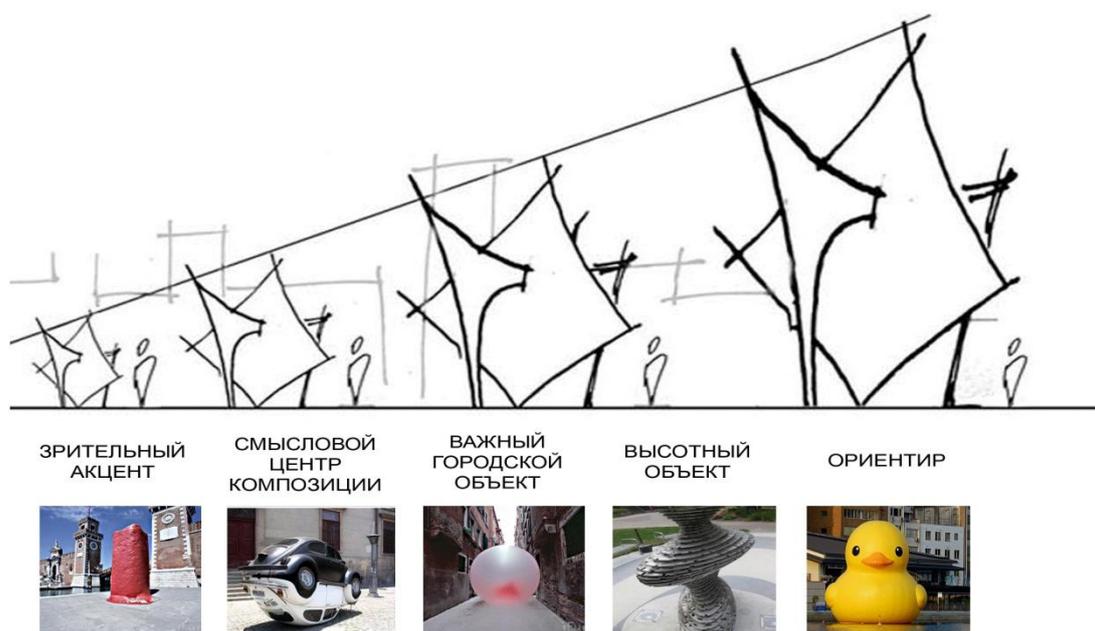


Рис.1. Классификация групп коммуникативной значимости арт-объектов

Далее, на основе шкалы коммуникативной значимости и изложенных выше терминов составлена системная модель понятия «архитектурная доминанта».

Доминанты – господствующие компоненты данного средового ансамбля, контрастно и заметно выделяющиеся большинством своих параметров – от функциональной

значимости до размеров, пластики, цвета и т. д. Все это обязательно сосредотачивает на доминантном объекте внимание зрителя, концентрирует в нем образно-эмоциональное содержание средовой системы в наиболее сильной форме.

Анализ значений рассмотренных определений позволил сформировать некоторые направления, по которым можно разделить терминологию. Понятие «архитектурная доминанта» включает в себя три основных характеристики доминирования: визуально-психологическое, архитектурно-художественное и социально-функциональное. Им соответствуют следующие термины: ориентир, акцент и важный городской объект. Смысловыми связями между выявленными характеристиками выступают смысл, пространство и образ.

Системная модель понятия «архитектурная доминанта», в свою очередь, позволила составить таблицу классификации доминирующих объектов по типу доминирования (рис. 2).



Рис.2. Классификация доминирующих объектов по типу доминирования

По итогам проведенного анализа можно выделить четыре типа доминирующих арт-объектов (3).

Первый тип: высотная доминанта – объект архитектуры доминирует за счет высотного преимущества над объектами окружающей застройки.

Второй тип: стилистическая доминанта – процесс доминирования осуществляется за счет стилового контраста между объектом и окружающей застройкой.

Третий тип: пространственная доминанта – доминирование возникает в связи со сложной пространственной организацией объекта, которая привлекает внимание зрителя.

Четвертый тип: смысловые доминанты – объекты, доминирующие за счет своих социально-функциональных качеств. То есть объект используется в качестве ориентира на уровне сознания, выходя за рамки визуальных коммуникаций.

Стоит заметить, что доминирующая функция объектов этого типа не объективна, поскольку находится в плоскости семиотической значимости для определенной группы людей.

Также далее выделены группы качеств архитектурных доминант, которые в той или иной степени влияют на процесс доминирования (рис. 3).

Первая группа включает в себя внутренние физические качества объекта: пропорции, цвет и фактуру (материал). Во вторую группу можно отнести внутренние архитектурно-художественные качества – композицию объекта и стиль. И, наконец, в третью группу объединены качества взаимодействия объекта с окружением: масштаб, средовой контекст и восприятие.

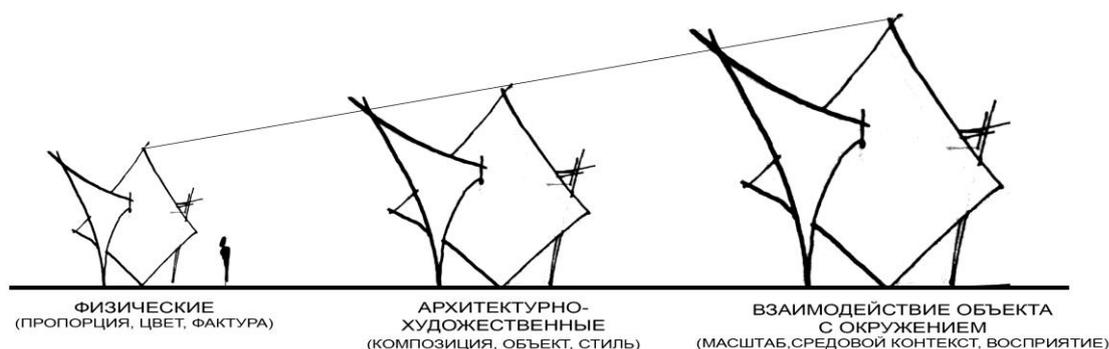


Рис. 3. Классификация групп качеств архитектурных доминант

Таким образом, все ранее перечисленные качества, уровни, характеристики и типы доминирующих арт-объектов позволяют сформировать наиболее полное представление об этом явлении. Такое знание развивает теорию гармонизации архитектурно-пространственной среды города, позволяя более грамотно подходить к сложившемуся пространству. Однако польза данного исследования не ограничивается теоретической грамотностью. Сформированная база помогает анализировать городские пространства и проектировать доминирующие арт-объекты сознательно, закладывая в них наиболее благоприятные для восприятия качества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гутнов А. Э. Мир архитектуры: язык архитектуры. – М., 1985. – 300 с.
2. Шимко В. Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование. Основы теории (средовой подход). – М.: Архитектура-С, 2009. – 404с.
3. Шубенков М. В. Структурные закономерности архитектурного формообразования / М. В. Шубенков. – М.: Архитектура-С, 2006. – 150 с.