

Журин А.Н.
Новосибирский государственный университет
архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова
Красный проспект, д. 38, г. Новосибирск, Россия, 630099
anjurin@nsuada.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2848-3537>

УДК: 72.01

DOI: 10/37909/978-5-89170-281-3-2021-1016

ОСОБЕННОСТИ ДВОЙСТВЕННОСТИ КРЕАТИВНОГО ПРОДУКТА В АРХИТЕКТУРЕ

Аннотация

Рассматривается проблема многоплановости двойственности как характеристики креативного продукта. Одним из аспектов этой двойственности является противоположность между эстетическими и функциональными особенностями, которые в архитектуре как произведении искусства составляют целостность. Двойственность креативного продукта в архитектуре обусловлена противоположностью между семиотическими кодами, имеющими бинарный характер, и материальным основанием. Абсолютизирование функционалистских аспектов архитектуры приводит к снижению ее ценности как креативного продукта, в том числе и в коммерческом отношении. Комплексному видению архитектуры как креативного продукта способствуют междисциплинарные исследования, связанные с философией, психологией, семиотикой и т.д. В исследовании креативного продукта в архитектуре отмечается роль вопросов, связанных со сменой семиотических кодов, для понимания которой важно изучение исторического опыта стилеобразования.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативный продукт, двойственность, диалектика, стилеобразование, семиотические коды.

Zhurin A.N.
Kryachkov Novosibirsk State University
of Architecture, Design and Arts
Krasnyi prospect, 38, Novosibirsk, Russia, 630099
anjurin@nsuada.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2848-3537>

CHARACTERISTICS OF THE DUALITY OF THE CREATIVE PRODUCT IN ARCHITECTURE

Abstract

The paper deals with the problem of multidimensional duality as a characteristic of creative product. One aspect of this duality is the opposition between aesthetic and functional characteristics which in architecture, as a work of art, constitute unity. The duality of the creative product in architecture is due to the opposition between the semiotic codes, which have a binary character, and the material basis. The absolutisation of the functionalist aspects of architecture leads to a reduction of its value as a creative product, including its commercial value. An integrated vision of architecture as a creative product is facilitated by interdisciplinary researches related to philosophy, psychology, semiotics, etc. In the research of creative product in architecture, an important role is taken by the issues related to the change of semiotic codes, for the understanding of which it is important to study the history of stylistic formation.

Key words: creative industries, creative product, duality, dialectics, style formation, semiotic codes.

Введение

Креативность может рассматриваться как сущностная характеристика человека. Качественно новые характеристики выводят творческое произведение за границы общепринятых рамок, существующих в культуре. Креативный продукт характеризуется двойственностью. Исследования креативных продуктов в архитектуре связаны с рассмотрением проблемы соотношения художественных и функциональных особенностей. Креативные произведения обусловлены возникновением новых идей, которые в ближайшей перспективе могут еще не иметь практического воплощения. Важной особенностью кре-

ативного продукта является многоплановая двойственность, которая может являться выражением органичности архитектурного произведения, когда противоположности не существуют изолированно, образуя целостность.

Полученные результаты и их обсуждение

В современной архитектуре существует опасность чрезмерной стандартизации, основывающейся на технических и инженерных достижениях, когда архитектурное произведение оценивается односторонне только с точки зрения его функциональной эффективности, когда рост производства становится единственной целью. Отмечается наличие разрыва между художественной, знаковой ценностью архитектурного произведения, сохраняющей определенную автономность, и пониманием архитектуры как индустриального продукта. Понятие «креативный продукт» может отражать дуалистические характеристики произведения вследствие того, что особенности нестандартной творческой деятельности вступают в противоречие с массовым производством, опирающимся на современные возможности. Восприятие архитектуры как продукта культурной индустрии отмечается в работе Т. Адорно и М. Хоркхаймера «Диалектика Просвещения». В ней авторы критически оценивают односторонний подход к архитектуре как стандартизированному продукту: «Повсеместно устремляющиеся ввысь светлые монументальные строения репрезентируют собой изобретательную планомерность охватывающих целые государства концернов, в которые стремглав устремилось сорвавшееся с цепи предпринимательство, памятниками которого являются лежащие окрест угрюмые жилые и деловые кварталы безотрадных городов» [2, с. 149].

Подчеркивание возможности единства художественных и функциональных качеств архитектурного произведения можно отметить в исторических исследованиях теоретиков искусства. Т. Адорно утверждал, что противоречие между автономным смысловым характером художественного произведения и его функциональностью, в том числе экономической, поддается органическому разрешению. В эпоху романтизма в архитектуре отмечается разделение художественных и практических характеристик [1, с. 184]. Ведущий теоретик искусства эпохи романтизма Ф. Шеллинг утверждал диалектическое единство противоположностей формы и функциональности, которым должна обладать архитектура, являющаяся искусством. Необходимость един-

ства художественных и функциональных качеств архитектурного произведения также обусловлена экономически. Абсолютистское применение принципа Л. Салливана «форма всегда следует за функцией» приводит к тому, что архитектура теряет свою ценность как продукт, не отвечая пожеланиям заказчиков.

Важность двойственности как необходимого условия реализации творческого характера архитектурного произведения утверждал теоретик архитектуры постмодернизма Р. Вентури в своей работе «Сложности и противоречия в архитектуре». Выступая против пуризма, однообразности архитектуры модернизма, он утверждал, что подлинное произведение архитектуры должно обладать преднамеренной двойственностью значения. Архитектуру, лишённую этой характеристики, он называл ортодоксальной, ограниченной. Двусмысленность архитектурного произведения выражается в том, что его возможно рассматривать с противоположных точек зрения, выбирая одну альтернативу. Двойственность также выражается в признании существования противоположных характеристик, таких как симметрия и асимметрия, в одном архитектурном произведении [4, р. 22–23].

Двойственность креативного продукта, в том числе и архитектуры, в современных исследованиях рассматривается как обусловленная существованием различия между семиотическими кодами и материальным основанием. В визуальных искусствах, к которым относится архитектура, особые устойчивые группировки семиотических кодов образуют стили [3, р. 5–6]. Важной особенностью семиотических кодов является их бинарный характер. В исследовании креативной индустрии важную роль занимают вопросы, связанные со сменой семиотических кодов, для понимания которых рассматривается исторический опыт стилеобразования. Диалектические основания стилеобразования, связанные с бинарными, противоположными характеристиками семиотических кодов, присущих архитектурным стилям, отмечаются в период перехода от классицизма к эклектике в первой половине XIX в. В философско-эстетических воззрениях эпохи романтизма отмечается стремление к созданию архитектурных произведений, для которых характерно диалектическое объединение стилизованных противоположностей.

Выводы

Вопросы, связанные с преодолением одностороннего восприятия архитектуры, утверждение многоплановой противоречивости в креа-

тивном архитектурном продукте сохраняют свою актуальность. Преодолению дуалистичности существования архитектуры как творческого произведения и индустриального продукта могут способствовать междисциплинарные исследования архитектуры, связанные с такими дисциплинами, как философия, психология, семиотика. С позиции семиотической двойственности возможно исследование динамики креативного продукта.

Список литературы

1. Иконников А.В. Историзм в архитектуре. – М.: Стройиздат, 1997. – 559 с.
2. Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика Просвещения. – М.-СПб.: Медиум, Ювента, 1997. – 311 с.
3. The Oxford Handbook of Creative Industries. Edited by Candace Jones, Mark Lorenzen, and Jonathan Sapsed. – Oxford: Oxford University Press, 2015. – 576 p.
4. Venturi. R. Complexity and contradiction in architecture. – New York: The Museum of Modern Art Papers on Architecture, 1977. – 136 p.

References

1. Horkheimer M., Adorno T. W. Dialectic of Enlightenment. – Moscow, St. Petersburg: Medium, Yuventa, 1997. – 311 p. (In Russ.)
2. Ikonnikov A.B. Istorizm v arkhitekture. Moscow: Stroiizdat, 1997. – 559 s. (In Russ.)
3. The Oxford Handbook of Creative Industries. Edited by Candace Jones, Mark Lorenzen, and Jonathan Sapsed. Oxford: Oxford University Press, 2015. – 576 p.
4. Venturi. R. Complexity and contradiction in architecture. New York: The Museum of Modern Art Papers on Architecture, 1977. – 136 p.