

DOI: 10.34031/article\_5da45cbf87b591.41469254

**\*Федоров А.М., Скопинцев А.В.**

Южный Федеральний Университет

Россия, 344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/45

\*E-mail: akofur@aaanet.ru

## СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ АРХИТЕКТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ОБЩЕСТВЕННО-ДЕЛОВЫХ ЦЕНТРОВ

**Аннотация.** В статье рассмотрены особенности организации выразительных архитектурно-художественных решений внешнего облика и интерьерных пространств деловых центров. Предлагаются различные подходы к эстетическому формированию деловой среды, исходя из специфики градостроительного размещения, класса и функционально-типологической классификации зданий деловых центров. Представлен ряд композиционных средств построения архитектурного облика для трех типов высотных зданий общественно-деловых центров: многофункциональных, специализированных и универсальных. Данные средства включают: а) прием детализации формы на уровне объема здания, архитектурных деталей, фактуры; б) приемы сочетания «архитектурных тем» различных функционально-планировочных, объемных и инженерно-технических компонентов делового центра, включая их последовательное развитие, комбинаторику, позитивный контраст, сознательное акцентирование и интеграцию с контекстом г) приемы выявления высотной композиции делового здания на основе его вертикального зонирования. Разработан арсенал средств и приемов проектирования эстетически привлекательной внутренней среды и комфортных интерьерных пространств деловых и офисных зданий. Данные приемы основаны на активизации деловой среды за счет включения внутренних общественных и коллективных пространств, за счет выявления и акцентирования зон коммуникаций и технических устройств, сценарного моделирования офисно-деловых и коммуникативных пространств, нетрадиционного трассирования коммуникационных потоков. Применение разработанных методических средств позволит повысить потребительские и архитектурно-художественные качества зданий общественно-деловых центров, а также обеспечить их комфортность, коммерческую эффективность и эстетические характеристики деловой среды.

**Ключевые слова:** деловой центр, офисные здания, деловая среда, архитектурно-художественные решения, средства, приемы.

Архитектурная организация интерьерных пространств и художественная выразительность внешнего облика общественно-деловых, офисных и бизнес-центров является одним из ключей к формированию привлекательной и репрезентативной деловой среды крупных городов [1]. В то же время, несмотря на развитый арсенал средств пластической детализации современной архитектуры, большинство офисно-деловых зданий и комплексов носит достаточно сдержанный и прагматичный характер, ограничиваясь минималистичным внешним объемом, с модульным наполнением офисными пространствами. Либо в угоду рыночной ориентации деловой и архитектурно-строительной деятельности создается мнимый «имидж-образ» объекта недвижимости [2], привлекающий потенциальных покупателей и пользователей экстравагантным объемным решением, и зачастую достаточно оторванный от контекста и внутреннего функционально-планировочного решения самого офисного здания.

Интерьерные решения офисно-деловых пространств, сдаваемых в аренду, в основном ограничиваются модульной структурой плана, формируемой системой офисных перегородок, либо свободным размещением офисного оборудова-

ния в модульной сетке колонн каркаса [3, 4]. Приоритетным показателем эффективности деловой среды здесь выступает не столько дизайн офисно-делового пространства, сколько количество мест офисных работников и занимаемая площадь. В то же время, архитектурно-художественное решение деловых пространств должно быть ориентировано на создание ощущения сопричастности культуре компании, обеспечивать самоидентификацию фирмы, визуальное информирование, привлечение клиентов, создание эстетичной корпоративной среды, инициирующей работу [5, 6].

Качество формируемых образных, объемно-пространственных решений, узнаваемость фасадов и интерьеров делового и бизнес-центра будут во многом определяться его «классом» [7]. Наиболее престижные и дорогостоящие здания «А» класса, как правило, имеют самобытный архитектурно-художественный облик, диктуемый выигрышным месторасположением в историческом центре или административно-деловой зоне города, и нередко выступают своеобразными «визитными карточками» города; деловые здания «В» класса, находящиеся в менее престижных районах с фоновой застройкой и с ограниченным

количеством предлагаемых общественно-деловых функций должны носить скорее контекстуальный характер, поддерживая и развивая архитектурное окружение; в случае с «С» классом, который включает приспособленные под офисно-деловые функции исторические здания и реконструированные помещения, образ самого административно-делового здания уходит на второй план, уступая место изначальному статусу исторического объекта в городской среде.

Поскольку участки под застройку деловых центров, как правило, находятся на «въездах» в город, либо в его центральной части, большинство подобных средовых объектов являются высотными. Высотные здания с общественно-деловой функцией включают три типа: многофункциональные, специализированные, универсальные [8, 9]. Учитывая данное обстоятельство, внешний архитектурно-художественный облик высотных зданий может формироваться несколькими подходами.

Первый подход учитывает особенность высотных универсальных зданий, которые проектируются так, чтобы в последующем в процессе эксплуатации была возможность многочисленных перепланировок, в том числе с целью изменения функционального назначения помещений. В этом случае внутренняя планировка объекта не оказывает решающего значения для морфологии объема, что позволяет варьировать стилистику его образного решения и пластику фасада с включением трех аспектов детализации архитектурной формы: объем здания; архитектурные детали, фактура. Примерами многочисленных интерпретаций этих слагаемых выступают высотные объемы делового центра Москва-Сити: «Башня Эволюция», «Балчуг Плаза», «Башня Федерация» и др.

Второй подход связан с формированием облика высотных многофункциональных и специализированных зданий, которые включают в свой состав разнохарактерные функционально-планировочные компоненты. Характерное архитектурно-пластическое решение высотное специализированное здание приобретает в соответствии с «образом функции», становясь преимущественно: «жилым», «административным», «офисным» и т.п., в зависимости от того какой функционально-планировочный компонент занимает большую площадь по сравнению с другими.

В случае эквивалентного распределения площадей между несколькими функционально-планировочными элементами целесообразно формировать образ здания, построенный на использовании названия, которое будет состоять из двух слов, описывающих функцию, например, офисно-гостиничное здание; торгово-выставочное, офисно-банковское здание, конгресс-отель и

др. Собираемый образ делового здания (комплекса) в этом случае может строиться на следующих приемах сопоставления и взаимодействии двух пластических и функциональных основ: а) прием «последовательного развития» подразумевает тождественное взаимодействие двух и более композиционных тем в образе делового центра, которые развивают и дополняют друг друга в общей пластической «полифонии» комплекса; б) прием «комбинаторики», предусматривает «равновесное» чередование черт и пластических акцентов разных функциональных основ, без преимущества и очевидного доминирования одного из них; в) прием «позитивного контраста» позволяет формировать общую композицию комплекса на противопоставлении и «противоборстве» двух пластических «тональностей».

Третий подход в поиске индивидуальности архитектурного образа делового центра учитывает особенность включения в его состав различных функционально-планировочных, объемных и инженерно-технических компонентов, которые становятся неожиданным и своеобразным «катализатором» его композиционного формообразования.

Функционально-планировочные и объемные компоненты делового здания можно условно разделить на: а) основные (офисные, общественные, жилые, производственные, банковские и др.); б) вспомогательные (торгово-сервисные: супермаркеты, магазины, рестораны, кафе, автостоянки; культурно-развлекательные; физкультурно-оздоровительные) и в) эксплуатационно-технические (диспетчерские, помещения служб эксплуатации, лестнично-лифтовые группы, эскалаторы, блоки инженерных коммуникаций и др.)

Учитывая данную классификацию, возможно применение следующих приемов архитектурно-художественной организации облика деловых центров и комплексов:

- прием сознательного встраивания или выделения элементов «основного производственного», «общественного» или «технического ядра» из объема офисного здания (делового комплекса) с целью создания выразительной композиции, отвечающей эстетическим потребностям потенциального пользователя деловой и бизнес-среды;

- сознательное акцентирование (объемное, декоративно-пластическое, цветовое) технических зон и коммуникаций делового центра - как образная трактовка и имиджевая «кодировка» его внешнего облика.

Третьим приемом выступает использование специфики контекста (перепадов рельефа, эмоционального фона исторической застройки и др.) и визуальная «интеграция» комплекса зданий, объемов и функционально-планировочных бло-

ков делового центра с данным контекстом (природным ландшафтом, застройкой исторического центра, плотной жилой структурой).

Четвертый прием формообразования предполагает выстраивание вертикальной композиции здания делового центра с учетом его функционального зонирования. Вертикальные функциональные зоны выделяют по этажам высотной части и стилобата высотного здания. Их целесообразно располагать в следующей последовательности: а) стилобатная часть: общественные, в т.ч. зальные пространства, вспомогательные и эксплуатационно-технические помещения; б) высотная часть - помещения основного функционального назначения: нижние этажи – офисы, средние этажи – жилище для временного проживания, верхние этажи – жилище для постоянного проживания; также в верхней части высотного здания рекомендуется размещать: атриумы, зимние сады, холлы, спортивные залы, бассейны. Декоративно-пластическое и цветное зонирование вертикальной композиции делового центра может придать его объему индивидуальную выразительность. Если деловой центр представлен в виде нескольких сблокированных двух и более секций, объемов (возможно разной этажности, высотных и не высотных), композиция всего комплекса может строиться на распределении между ними акцентно-доминантных соотношений и возможности использования в формообразовании функционального назначения блоков и сложной конфигурации их планировочных решений.

Другим самостоятельным направлением формирования привлекательной и репрезентативной деловой среды офисных и бизнес-центров является архитектурно-дизайнерская организация в них внутренних общественных и коллективных пространств. Образованию «коллективных» зон в объектах делового строительства способствует ряд факторов:

а) укрупняются параметры офисных структур, которые соединяются в «перетекающие» объемные комбинации и пространственные коммуникации с необходимым насыщением их общественными функциями;

б) возрастают требования собственников и пользователей деловых и бизнес-центров к оснащению общественных пространств – как своеобразной «визитной карточки» здания (комплекса);

в) модернизируется инженерно-техническое, выставочное, рекреационное, торговое оборудование деловой среды, формирующее самостоятельные очаги информационного обмена и общественной активности;

г) становится популярной концепция совместных «пользовательских» пространств офисных работников – как своеобразного «домашнего клуба».

Требование комплексной общественно-деловой и бизнес-среды, где необходимым компонентом выступает «общественное ядро», сосредотачивающее разного рода общественные, предпринимательские, коммерческие и эмоционально-художественные ценности и интересы, делает актуальным выявление архитектурно-дизайнерских средств и приемов формирования такой «коллективной среды».

Изучение теоретических источников и практики современного проектирования объектов деловой среды крупных городов позволило выявить следующие формы «коллективных зон» в общественно-деловых центрах и комплексах:

1) зоны коммуникаций – пронизывающие деловую, офисную, зрелищно-выставочную, торговую и рекреационную структуру бизнес-центров, ее тела и объемы (инженерные сети, наклонные, горизонтальные и вертикальные пространственные коммуникации);

2) пространства «общего пользования» – места бытового общения и рекреационные зоны, озелененные пространства, атриумы, холлы, зимние сады, блоки повседневного обслуживания, спортивно-оздоровительные зоны, зоны общения и развлечения (клубные помещения, игровые зоны);

3) технические, хозяйственные и парковочные зоны;

4) сервисная зона (прачечные, химчистка, кафе, бары, отделения банка).

Учитывая данную классификацию, возможно применение следующих приемов архитектурно-пространственной организации общественных зон в среде деловых центров и комплексов:

- композиционно-образное акцентирование стилизованного «общественного стилобата» делового центра для организации открытых общественных пространств – рекреационных зон, спортивных площадок, клубных помещений, зрелищных зальных пространств и др.;

- сценарное моделирование и функционально-художественная организация внутренних общественных пространств делового центра по интерьерной оси: «входная зона (вестибюль) – холл первого этажа – лестнично-лифтовой блок – межофисные рекреационные зоны», создающей своеобразные тематические зоны и «визуальный сценарий» внутриофисного движения и общения;

- нетрадиционное трассирование коммуникационных потоков и создание перетекающих коллективных пространств, «деформирующих» привычные объемные схемы основного офисно-делового здания, с включением внешних лифтов, открытых коммуникаций-переходов, «обитаемых мостов», эксплуатируемых крыш высотных зданий со смотровыми площадками и др.

Таким образом, применение обозначенных приемов позволит повысить потребительские и архитектурно-художественные качества объектов общественно-деловых и бизнес-центров, определяющие комфортность всех элементов деловой среды и коммерческую оправданность строительства.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гельфонд А.Л. Деловой центр как новый тип общественного здания. Монография // Н. Новгород: Изд-во ННГАСУ. 2012. 130 с.
2. Есаулов Г.В. Образ или имидж? О специфике изучения архитектуры новейшего времени. В кн.: Эстетика архитектуры и дизайна: Материалы Всероссийской научно-практической конференции (4-6 октября 2010 г.) // Сб. статей. М.: Архитектура-С. 2010. С. 267.
3. Актуальные офисные проекты [Электронный ресурс]. // Источник: Недвижимость и цены. Элитная недвижимость Санкт-Петербурга. 26.09.2006. Режим доступа: <http://vipflat.ru/news/66633/> (дата обращения: 02.03.2019)
4. Вартапетова Н.Е. Архитектурно-планировочные принципы организации офисных объектов: диссертация кандидата архитектуры:

05.23.21 // Архитектура зданий и сооружений. Творческие концепции архитектурной деятельности. Москва. 2010. 168 с.

5. Муратов А. Станет ли офис лучше? // Проект Россия. 2006. № 4 (42). С. 48–50.

6. Каясов А.А. Перспективы развития деловых центров в российских регионах // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура. 2011. №4. С. 16–20.

7. Каясов А.А. Архитектурно-планировочные принципы формирования регионального делового центра в структуре крупнейшего постсоветского нестоличного города (на примере города Самары) // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Том. 14. № 2 (3). 2012. С. 822–826.

8. Борисова В.Г. Бизнес-центр как многофункциональное общественное здание // Успехи современного естествознания. 2004. № 12. С. 110–110. Режим доступа: <http://natural-sciences.ru/ru/article/view?id=13854> (дата обращения: 26.06.2019)

9. Боженко И.А. Тенденции развития полифункциональных общественных центров в мегаполисах // Стройкомплекс Среднего Урала. Екатеринбург. 2008. № 7–8 (120). С. 28–33.

#### Информация об авторах

**Федоров Алексей Михайлович**, магистрант кафедры архитектурного и средового проектирования. E-mail: [akofur@aaanet.ru](mailto:akofur@aaanet.ru). Южный Федеральный Университет. Россия, 344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/45.

**Скопинцев Анатолий Вениаминович**, кандидат архитектурных наук, профессор кафедры архитектурного и средового проектирования. E-mail: [scorath@yandex.ru](mailto:scorath@yandex.ru). Южный Федеральный Университет. Россия, 344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/45.

Поступила в апреле 2019 г.

© Федоров Ф.М., Скопинцев А.В., 2019

**\*Fedorov A.M., Skopintsev A.V.**

South Federal University  
Russia, 344006, Rostov on Don, Bolshaya Sadovaya st., 105/45  
E-mail: [akofur@aaanet.ru](mailto:akofur@aaanet.ru)

### MEANS OF FORMING ARCHITECTURAL AND ARTISTIC EXPRESSION OF MODERN PUBLIC-BUSINESS CENTERS

**Abstract.** The article describes the features of the organization of expressive architectural and artistic decisions of the exterior and interior spaces of business centers. Various approaches to the aesthetic formation of the business environment are proposed, based on the specifics of the town-planning location, class, and functional-typological classification of buildings of business centers. A number of composite tools for constructing the architectural appearance for three types of high-rise buildings of social and business centers are presented: multifunctional, specialized and universal. These means include: a) receiving form detail at the level of the building volume, architectural details, texture; b) the methods of combining the “architectural themes” of various functional planning, volumetric, and engineering technical components of the business center, including their consistent development, combinatorics, positive contrast, conscious emphasis and integration with the context; c) methods of identifying the high-altitude composition of a business building based on its vertical zoning. An arsenal of tools and techniques for designing an aesthetically appealing

*internal environment and comfortable interior spaces of business and office buildings has been developed. These techniques are based on enhancing the business environment by including internal public and collective spaces, by identifying and emphasizing communication areas and technical devices, scenario modeling of office-business and communication spaces, non-traditional tracing of communication flows. The application of the developed methodological tools will improve consumer and architectural and artistic qualities of buildings of public business centers, as well as ensure their comfort, commercial efficiency and aesthetic characteristics of the business environment.*

**Keywords:** *business center, office buildings, business environment, architectural and artistic solutions, facilities, methods.*

## REFERENCES

1. Gelfond A.L. Business center as a new type of public building [Delovoy tsentr kak novy tip obschestvennogo zdania]. N. Novgorod: Publishing house NNGASU. 2012. 130 p. (rus)
2. Esaulov G.V. Image or appearance? On the specifics of studying the architecture of modern times. [Obraz ili imidzh? O specifike izucheniya arhitektury novejshego vremeni] In: The Aesthetics of Architecture and Design: Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference (October 4-6, 2010). Collected articles. Moscow: Architecture-C. 2010. 267 p. (rus)
3. Current office projects. Source: Real Estate and Prices. Luxury Real Estate in St. Petersburg. 26.09.2006. Access mode: <http://vipflat.ru/news/66633/> (application date: 02.03.2019) (rus)
4. Vartapetova N.E. Architectural and planning principles of office buildings organization: diss. Cand. architecture: 05.23.21 [Arkhitekturno-planirovochnye printsipi organizatsii ofitsnykh ob'ektov: dissertatsia kandidata arhitektury: 05.23.21]. Architecture of buildings and structures. Creative concepts of architectural activity. Moscow. 2010. 168 p. (rus)
5. Muratov A. Will the office become better? [Stanet li ofis luchshe]. Project Russia. 2006. No. 4 (42). Pp. 48–50. (rus)
6. Kayasov A.A. Prospects for the development of business centers in the Russian regions [Perspektivy razvitiya delovykh tsentrov v Rossiyskikh regionakh]. Bulletin of the State Statistical Service of the State Statistical Service of Ukraine. Urban planning and architecture. 2011. No. 4. Pp. 16–20. (rus)
7. Kayasov A.A. Architectural and planning principles for the formation of a regional business center in the structure of the largest post-Soviet non-capital city (on the example of the city of Samara) [Arkhitekturno-planirovochnye printsipi formirovaniya regionalnogo delovogo tsentra v strukture krupneishogo postsovetского nestolichnogo goroda (na primere goroda Samary)]. News of the Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences. Vol. 14. No. 2 (3). 2012. Pp. 822–826. (rus)
8. Borisova V.G. Business center as a multifunctional public building [Biznes-tsentr kak mnogofunktsionalnoye obschestvennoye zdaniye]. Successes of Modern Natural Science. 2004. No. 12. Pp. 110–110. URL: <http://natural-sciences.ru/ru/article/view?id=13854> (appeal date: 06.26.2019). (rus)
9. Bozhenko I.A. Trends in the development of multifunctional public centers in megalopolises [Tendentsii razvitiya polifunktsionalnykh obschestvennykh tsentrov v megapolisakh]. Stroykompleks of the Middle Urals. Yekaterinburg. 2008. № 7–8 (120). Pp. 28–33. (rus)

### Information about the authors

**Fedorov, Alexei M.** Master student. E-mail: [akofur@aaanet.ru](mailto:akofur@aaanet.ru). South Federal University. Russia, 344006, Rostov on Don, Bolshaya Sadovaya st., 105/45.

**Skopintsev, Anatoliy V.** PhD, Professor. E-mail: [scoparh@yandex.ru](mailto:scoparh@yandex.ru). South Federal University. Russia, 344006, Rostov on Don, Bolshaya Sadovaya st., 105/45.

*Received in April 2019*

### Для цитирования:

Федоров А.М., Скопинцев А.В. Средства формирования архитектурно-художественной выразительности современных общественно-деловых центров // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2019. № 9. С. 79–83. DOI: 10.34031/article\_5da45cbf87b591.41469254

### For citation:

Fedorov A.M., Skopintsev A.V. Means of forming architectural and artistic expression of modern public-business centers. Bulletin of BSTU named after V.G. Shukhov. 2019. No. 9. Pp. 79–83. DOI: 10.34031/article\_5da45cbf87b591.41469254