

Э.В. ДАНИЛОВА

Danilova Elina.  
Contemporary World's  
Architecture, 2/2019.  
Pp. 11–35

# СОВРЕМЕННАЯ АРХИТЕКТУРА: КРИЗИС ИДЕНТИЧНОСТИ

УДК 72.01

DOI 10.25995/  
NIITIAG.2020.13.2.018

В эпоху глобализации и непрерывной гибридной урбанизации, мультикультурализма и постоянных изменений идентичность становится одной из наиболее востребованных категорий. Архитектурная идентичность отражает ценности социальных групп и является важным признаком устойчивости. В статье рассматриваются конструкции идентичности, появившиеся за последнюю четверть века. Анализируются архитектурные идентичности глобального города и глобальной элиты. Исследуются две новые архитектурные практики — транснациональные компании и архитекторы-звезды, отвечающие за конструкцию архитектурной идентичности. Особенности сформированных идентичностей демонстрируют устройство современного социума, разделенного сегодня на транснациональный класс, существующий в структуре глобальных сетей, и тех, кто остается за пределами глобальной рыночной экономики. Кризис идентичности свидетельствует об упадке одних социальных классов и рождении новых.

**Ключевые слова:** архитектурная идентичность, глобализация, глобальный город, глобальная элита, транснациональные компании, архитекторы-звезды.

**Данилова Элина Викторовна** — кандидат архитектуры, доцент, Самарский государственный технический университет, профессор.  
E-mail: red\_avangard@mail.ru

E.V. DANILOVA

## CONTEMPORARY ARCHITECTURE: IDENTITY CRISIS

During the era of globalization and continuous hybrid urbanization, multiculturalism and constant changes, identity becomes one of the most popular categories. Architectural identity reflects the values of social groups and is an important sign of sustainability. The article discusses identity constructs that have appeared over the past quarter century. The architectural identities of the global city and the global elite are analyzed. Two new architectural practices are being explored — multinational companies and star architects responsible for the construction of architectural identity. The features of the formed identities demonstrate the structure of contemporary society, today divided into a transnational class that exists in the structure of global networks, and those who remain outside the global market economy. The crisis of identity matched the decline of former social classes and the birth of new ones.

**Keywords:** architectural identity, globalization, global city, global elite, multinational companies, star architects.

**Danilova Elina** — Ph. D. in Architecture, docent, Samara State Technical University, professor

Идентичность сегодня — это то, что желают и ищут люди, города, корпорации, государства. Без конструирования идентичности не обходится ни один творческий, производственный и рыночный процесс. Архитектура и урбанистика сегодня часто рассматриваются с точки зрения этого качества. Сам термин «идентичность»

пришел из психиатрии, где употреблялся по отношению к личности, утратившей представление о себе и испытывавшей «кризис идентичности». Соответственно, норма — это обладать идентичностью. О кризисе идентичности как об утрате нормы в массовом масштабе заговорили после того, как результаты глобализации стали повсеместно ощутимыми. Текучая современность<sup>1</sup>, пространство, определяемое изменяющимися конфигурациями разнородных потоков<sup>2</sup>, время, утратившее хронологию, — все это привело к тому, что человек в современном мире стал чувствовать себя все более оторванным от привычной среды обитания. Постоянные изменения вынуждают нас сегодня конструировать свою идентичность много раз на протяжении жизни в различных социумах и пространствах. Неуверенность, неустойчивость, нестабильность окружения усиливают перманентный кризис идентичности, который протекает на личном и общественном уровне. Очевидно, что и архитектура, как прямое выражение культурной, социальной и территориальной идентичности, испытывает кризис — утрату своих фундаментальных оснований: тектоники и связи с любой из традиций. Тем не менее за последние тридцать лет в этом бесконечно изменяющемся мире появились признаки устойчивости — глобальные города, глобальные тренды, глобальная элита и соответствующая им архитектура, что иллюстрирует давний мем о том, что по-китайски кризис является, с одной стороны, опасностью, а с другой стороны — возможностью. И, вполне вероятно, мы становимся свидетелями утраты одних идентичностей и рождения других.

Идентичность — это то, что формируется на уровне внутреннего содержания и структуры, поэтому идентичность родственна уникальности. Идентифицировать себя — установить свое отличие. Обратная сторона идентичности — определять внутреннюю сущность через тождество с уже существующими социальными группами, которые могут быть объединены гендером, профессией, статусом, языком или любыми другими категориями,

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Определение З. Баумана. См.: Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008.

<sup>2</sup> Определение М. Кастельса. См.: Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.

разделяемыми той или иной общностью. Понять себя через «другого» или «другое» означает установить свою идентичность. Начиная с отдельной личности, любые группы или сообщества конструируют собственную идентичность, которая выражается в конкретной форме. И самое интересное заключается в том, что внешняя форма, как только ее присутствие распространяется за пределы одежды, граничащей с телом, — это и есть про архитектуру на всех ее микро- и макроуровнях.

Архитектура всегда отвечала за реализацию требований к пространству и / или представлений о форме различных социальных групп. Идентичность выражалась в визуализации и материализации ценностей, лежащих в основе сообщества. Первоначально связанная с территорией архитектурная идентичность могла быть присвоена другой группой в другом пространстве и времени, поскольку таким образом осуществляла передачу ценностей от одной социальной группы к другой. Идентичность в архитектуре могла быть дополнена, обогащена, сконструирована заново: именно так проходили процессы трансляции греческой архитектуры в античный Рим, а позже — реинкарнации уже римской архитектуры в эпоху Возрождения и создания, наконец, универсального классического языка, который в результате отделился от первоначальных фундаментальных ценностей, но использовался как язык традиции, означая ценность непрерывности. Идентичность в архитектуре не является завершенной, она постоянно конструируется заново, опираясь на уже закрепленные в истории формы. Понятие транзитной идентичности в истории архитектуры позволяет представить непрерывность социальной динамики, которая не воспринимается таковой, если ограничить представление стилевыми рамками. Органический характер идентичности в архитектуре наилучшим образом поддерживает идею о том, что идентичность любой группы является сложносоставной. В большей степени ее уникальное содержание и форма выражения определяются уникальностью самой композиции из различных идентичностей.

Архитектурная идентичность связана с территорией сложными отношениями. Миграционный характер идентификации вступает в противоборство с требованиями устойчивости, к которой также тяготеет любая социальная группа. Как в вечном противостоянии между кочевниками и хлебопашцами, социум колеблется между динамикой и статикой, и за каждой остановкой всегда следует движение. Моменты остановок — закрепления на территории — свидетельствуют об успешности социальной группы, о ее пространственном завоевании и порождают желание выразить свою идентичность в архитектуре. Такие примеры многочисленны в истории: палаццо на Гранд-канале в Венеции, палладийские виллы в Венето, дома купцов в Амстердаме, террасированная застройка в английских промышленных городах. Каждый город

представляет собой коллекцию архитектурных идентичностей, через сложный синтез которых формируется идентичность урбанистическая. Но поскольку все находится в движении, и экономические штормы, социальные потрясения или природные катаклизмы, в свою очередь, приводят в динамику социум, современные города коллекционируют идентичности исторических и современных сообществ, так как многие из тех, кто уже когда-то закрепил территорию города в архитектурной форме, давно не существуют. Город, как живой организм, отторгает мертвую плоть и заставляет ныне живущих адаптировать или реконструировать прежнюю идентичность, добавляя ей современные ценности. Этот процесс всегда неравномерен, и поэтому урбанистическая и архитектурная идентичности, балансируя между разрушением и созиданием, всегда находятся в процессе перманентного конструирования.

Можно выделить и подчеркнуть несколько сущностных моментов, связанных с архитектурной и урбанистической идентичностями. Архитектурная идентичность непрерывно трансформируется, вбирая в себя формы идентичности прежних социальных групп / поколений и включая ценности современности с целью трансляции их будущим социальным группам / поколениям. Воплощенную в архитектурной форме идентичность можно осмыслить как язык, структуру или стиль. И если на первый взгляд представляется, что новая форма уникальна, это означает, что необходимо внимательнее смотреть на внутреннюю структуру в поисках уже существовавших образцов или существующих паттернов. Преимущество есть всегда: каждая архитектурная идентичность представляет собой сплав, синтез или наслоение различных идентичностей, и прежде всего социальных ценностей и территориальных особенностей. Архитектурная идентичность формируется в конкретных условиях, но в сформированном виде может служить языком или материалом для новой идентичности в других пространственно-временных

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>3</sup> Определение Р. Флориды. См. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2005.

<sup>4</sup> Определение М. Кастельса. См. Castells M. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Wiley-Blackwell, 1996.

<sup>5</sup> Sklair L. *The transnational capitalist Class*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2000.

условиях. Соответственно, архитектурная идентичность может быть локализована, рассредоточена дисперсно или перемещена. Город синтезирует архитектурные идентичности и переплавляет их в урбанистическую идентичность. Процесс переплавки бесконечен и ограничен только самой жизнью города или цивилизации. Идентичность является искусственной и органичной одновременно: это означает, что она может развиваться во времени естественным путем, но также возможно ускорить этот процесс через конструирование.

Прецедент скоростного конструирования идентичности был создан авангардом XX века. Пространственный коллаж из образов машины, океанского лайнера, самолета, натюрморта из повседневных вещей, средиземноморской архитектуры и античности в творчестве Ле Корбюзье продемонстрировал дух современности, который и лег в основу архитектурной идентичности интернациональной культурной элиты. В эпоху начала постмодернизма культ индивидуальности и разнообразия определил непрерывное производство идентичностей, которые начали смешиваться друг с другом, порождая феномен гибридной идентичности. Распыляясь, фрагментируясь и перемешиваясь, гибридная идентичность перестала быть выражением какой-либо общности. В конце XX столетия архитектура, казалось, становится настолько разнообразной, что какая-либо идентификация невозможна. Компьютерные технологии позволяют сделать любой объект индивидуальным, а глобализация ускорила постоянное производство гибридов за счет непрерывного и случайного смешивания компонентов, принадлежащих различным культурам. С одной стороны, глобализация стремится стандартизировать все, включая образ жизни и пространство жизнедеятельности, устанавливая требования к производству, бизнесу и сервису. С другой стороны, реализуясь в варьирующихся условиях, процесс глобализации приводит к многообразию, которое становится общедоступным для мира благодаря сжатию пространства и времени, обеспечиваемому Интернетом. Двойственность эффекта глобализации — одновременность стандартизации и производства различий — нашла свое наилучшее выражение в глобальных городах. Неожиданно глобальный город в эпоху заявляемого постмодернизмом кризиса идентичности демонстрирует, что на самом деле созданы новые конструкции архитектурной и урбанистической идентичности, которые являются распознаваемыми и характерными.

В первую очередь это означает, что появилась новая социальная страта. Среди ее множества определений — креативный класс<sup>3</sup>, сетевое общество<sup>4</sup>, мировая элита, транснациональная элита — наиболее точным является последнее определение, данное британским социологом Л. Склярсом<sup>5</sup>. Он считает, что глобализация породила транснациональный капиталистический класс (ТКК). По его мнению, этот класс состоит

из четырех подклассов, к первому из которых относятся владельцы транснациональных корпораций, ко второму — политики и бюрократы, обеспечивающие продвижение глобальной рыночной экономики, к третьему — профессионалы, к четвертому — торговля и СМИ, отвечающие за потребление. Но вне зависимости от определений очевидно, что в целом речь идет о формировании номадического по своему духу класса, жизнедеятельность которого обеспечивается транснациональным бизнесом, а культура членов этого класса развивается над национальными границами. Сегодня номады устанавливают свои требования к местам их обитания в глобальных городах: офисам, гостиницам, торговле и развлечениям. Эти требования распространяются на все участки глобальной инфраструктуры и стандартны для всех частей света. Сама по себе новая номадическая элита интернациональна по духу и является самым мощным заказчиком и потребителем современной архитектуры. Сверхбогатство, сконцентрированное в ее руках, обеспечивает невероятное по своим масштабам архитектурное производство. За создание конструкций новой архитектурной идентичности транснационального капиталистического класса отвечают большие транснациональные архитектурные корпорации и архитекторы-звезды, институт которых обязан своим появлением глобальной рыночной экономике, — это два сравнительно новых типа архитектурной практики, развитых за последнюю четверть века.

Транснациональные архитектурные компании-гиганты несут ответственность за большую часть застройки новых глобальных городов. История бурного роста этих компаний началась в 1980-х годах, когда Лондон стал стремительно превращаться в мировой финансовый центр. Сразу за Лондоном на эту роль начал претендовать Гонконг, сохраняющий статус британской колонии до 1997 года. За американскими инвесторами, устремившимися в новые глобальные центры, последовали и американские архитектурные фирмы, поскольку они

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>6</sup> Adam R. *The Globalisation of Modern Architecture*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2013.

<sup>7</sup> *Ibid.*

<sup>8</sup> WA100 2019: *The big list* // *Building Design*. URL: <https://www.bdonline.co.uk/business/wa100-2019-the-big-list/5097057.article> (дата обращения: 21.10.2019).

<sup>9</sup> Lane T. WA100 2019: *A world behind borders* // *Building Design*. URL: <https://www.bdonline.co.uk/business/wa100-2019-a-world-behind-borders/5097059.article> (дата обращения: 21.10.2019).

имели опыт проектирования больших коммерческих зданий, необходимых для размещения глобального бизнеса. Так, SOM, одна из самых крупных американских архитектурных корпораций, учредила свой новый офис в Лондоне в 1986 году<sup>6</sup>, положив начало становлению транснационального архитектурного бизнеса. Этот бизнес развивался, с одной стороны, через открытие филиалов — архитектурных офисов в глобальных городах, а с другой стороны — через поглощение и слияние более мелких региональных офисов. Сегодня подавляющая часть таких фирм является англоязычной, и они представлены США, Британией и Австралией, за которыми следуют Гонконг и Ирландия и далее европейские страны, а также Индия и Япония<sup>7</sup>. Количество архитектурных офисов в одной корпорации может достигать нескольких десятков, а сегодня даже сотен. В них работают тысячи сотрудников, среди которых несколько сотен архитекторов. Так, HDR имеют 225 офисов во всех частях света. По данным рейтинга Building Design, в 2019 году первые позиции в списке занимали следующие фирмы: Gensler (США, 2627 архитекторов из 6000 сотрудников), Nikken Sekkei (Япония, 1869 архитекторов из 2685 сотрудников), AECOM (США, 1733 архитектора из 87 000 сотрудников), HDR (США, 1491 архитектор из 10 000 сотрудников), Perkins+Will (США, 1148 архитекторов из 2600 сотрудников), Sweco (Швеция, 1100 архитекторов из 14 500 сотрудников), IBI GROUP (Канада, 862 архитектора из 2400 сотрудников), НОК (США, 811 архитекторов из 1700 сотрудников), Aedas (Великобритания, Гонконг, Австралия, 761 архитектор)<sup>8</sup>. Количество профессионалов, работающих в этих фирмах, постоянно увеличивается и в 2019 году достигло максимума — в 100 ведущих компаниях работают 37 787 архитекторов. Сегодня самое большое количество архитектурных заказов находятся в США и в Азии, в то время как в Европе архитектурная практика сталкивается с ограничением заказов<sup>9</sup>.

Транснациональные фирмы обеспечивают весь набор проектных сервисов — от планирования и архитектуры до дизайна, включая ландшафт. В их компетенцию входит разработка гигантских мегапроектов, состоящих из реноваций промышленных территорий, ревитализации исторических центров и нового строительства. Так, например, Nikken Sekkei имеет подразделения, связанные с исследованием, архитектурным проектированием и городским планированием, городской инфраструктурой, управлением проектами и консультационными услугами, отдельно выделенным направлением — проектированием, исследованием и администрированием жилья, архитектурой интерьеров, управлением строительством. Sweco в дополнение к вышеперечисленным видам деятельности оказывает консалтинговые услуги в области энергетики, водных ресурсов, транспорта и междисциплинарного проектирования. Sweco является лидером в таких областях, как «умные города», социальная

устойчивость, адаптация к изменениям климата, социальный анализ, одновременно выступая экспертом в области строительства городов в Азии или небольшого общественного здания в маленьком европейском городе. Aedas добавляет услуги по корпоративной идентичности, графическому дизайну и брендингу. Все эти фирмы также занимаются вопросами «зеленого» строительства, устойчивого развития, энергоэффективных технологий. Они давно существуют на рынке: так, Gensler была создана в 1965 году, Nikken Sekkei — в 1900 году, IBI GROUP — в 1974 году, HOK — в 1955 году, HDR — в 1917 году, Perkins+Will — в 1935 году. Самыми молодыми являются скандинавские фирмы, тем не менее демонстрирующие невероятный рост. Sweco была открыта в 1997 году, но имеет сегодня офисы в 15 странах<sup>10</sup>.

Проектные фирмы-гиганты благодаря огромному количеству и разнообразию работающих в них специалистов способны решать задачи такой технической сложности, которая недоступна мелким, средним и просто крупным фирмам. В офисах работают сотрудники множества национальностей. Существует тенденция приема на работу местных профессионалов благодаря их знанию национального и регионального контекстов. Все это позволяет фирмам-гигантам реализовывать огромное количество проектов любого масштаба с высокой скоростью при низких затратах. IBI GROUP<sup>11</sup>, например, в 2018 году разработала 2215 проектов. Многофакторное исследование составляет большую часть каждого проекта, что сегодня востребовано, поскольку заказчики стремятся получить не только качественный проект с точки зрения архитектуры и инжиниринга, но также достоверный прогноз будущего использования зданий и финансовой эффективности. Приведенная статистика демонстрирует масштаб и возможности транснациональных архитектурных компаний. Очень часто они становятся смешанными — архитектурно-инженерными, архитектурно-девелоперскими, — что еще больше усиливает их позиции на рынке. Но за

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>10</sup> По данным «Википедии», официальных сайтов перечисленных фирм и сайта Building Design.

<sup>11</sup> По данным официального сайта IBI GROUP. URL: <https://www.ibigroup.com/> (дата обращения: 21.10.2019).

<sup>12</sup> Charles Jencks critiques big architecture // BluPrint. URL: <https://bluprint.onemega.com/charles-jencks-big-architecture/> (дата обращения: 21.10.2019).

<sup>13</sup> Interview: Jan Gehl on London, streets, cycling and creating cities for people // The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/uk-news/davehillblog/2014/jan/25/jan-gehl-london-talk-and-interview> (дата обращения: 21.10.2019).



всеми этими сухими цифрами и актуальными компетенциями стоит результат — архитектура глобальных городов, и она является стандартной и иконичной одновременно. Стандарты неизбежны в условиях массового производства коммерческих объектов в различных глобальных локациях, а иконичность определяется требованиями кастомизации. Ч. Дженкс ввел свое определение иконичного объекта как нового монумента в начале 2000-х, фиксируя архитектурный феномен, который родился из желания девелопера сделать здание дешевым, эффективным, функциональным, экологичным и при этом удивляющим и возбуждающим<sup>12</sup>. Исходя из этих требований рынка появилась новая архитектурная эстетика, которая как нельзя лучше отражает культурный запрос транснационального капиталистического класса и воплощает одну из сторон его идентичности. Можно сказать, что эта идентичность определена требованиями транснационального масс-маркета, который составляет большую часть глобального потребления. Четыре подкласса ТКК разнятся по своему финансовому обеспечению. Архитектурный масс-маркет также разделяется на несколько уровней, но не затрагивает элиту — верхний подкласс ТКК, о которой речь дальше.

Процесс производства архитектуры в транснациональных фирмах является коллективным и часто практически анонимным. Под каждый проект создается новая команда, что внешне гарантирует разнообразие архитектурных решений. Более того, существует жесткое разделение труда в соответствии с разделами проекта. Архитекторы, отвечающие за технологию и планировки, не будут заниматься фасадами или интерьерами, и наоборот. Обращаясь к различным этносам, транснациональная архитектура должна была выработать и фактически выработала свой универсальный язык, который понятен в любой части света благодаря универсальной иконичности. Следуя за массовой культурой, архитектура глобального мира усложняется технически и неизбежно упрощается эстетически. Архитектурная форма, даже будучи исключительно сложной с точки зрения технической реализации, становится на самом деле эстетически примитивной и не имеет большей культурной ценности, чем ценность формы любого малого дизайнерского объекта. В подобной архитектурной форме не найти глубоких коннотаций, невозможно погрузиться в глубину смысла, увидеть культурные коды. Так, Gensler в своем предложении застройки Васильевского острова продвигала образ, не имеющий никакой связи с архитектурой Санкт-Петербурга, но отвечающий иконичному и универсальному образу международного финансового центра, каким, как предполагалось в начале 2000-х годов, город должен был стать в ближайшее время (илл. 1).

Ян Гейл назвал такую архитектуру «горизонтом флаконов для духов»<sup>13</sup>, формирующим силуэт глобального города. Флакон для

духов — привлекательная упаковка, и именно это качество привлекательной упаковки востребовано сегодня в архитектуре глобального масс-маркета. Силуэты Дубая (илл. 2), Абу-Даби (илл. 3) Сингапура, Шанхая (илл. 4), Гонконга, Шэньчжэня и есть вариации такого горизонта. Р. Колхас дал название процессу, покоряющему природу силами рынка и технологий, — «манхэттенизация»<sup>14</sup>. Сегодня это глобальный процесс, он реализуется на уровне проекта транснациональными фирмами-гигантами во всех частях света, создавая однородную по своему образу урбанистическую среду, лишенную связи с территорией, но выражающую идентичность большей части транснационального класса, для которого дом — это множество мест с одинаковым качеством и узнаваемым характером, универсальной эстетикой и одним и тем же набором брендов и сервисов.

Любой глобальный город состоит из небоскребов, содержащих офисы транснациональных компаний, пятизвездочных гостиниц, аэропортов, торговых моллов и объединяющих их среды с миксом функций и зеленых пространств. Чем беднее была страна изначально на архитектурное наследие, тем больше появляется сегодня в ее городах «глобального города», тем агрессивнее вторгается

1. Концепция развития Васильевского острова в Санкт-Петербурге. Генслер. 2004 г. Источник: <https://www.gensler.com/projects/vasilievsky-island-st-petersburg?q=russia>

2. Дубай. Источник: <https://www.archdaily.com.br/br/01-124600/nova-tecnologia-promete-dobrar-a-altura-de-arranha-ceus/51b5b31ab3fc4b61590000fa-new-technology-may-double-the-height-of-skyscrapers-image>

3. Абу-Даби. Источник: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/2/2e/Abu\\_Dhabi\\_Skyline\\_from\\_Marina.jpg/1280px-Abu\\_Dhabi\\_Skyline\\_from\\_Marina.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/2/2e/Abu_Dhabi_Skyline_from_Marina.jpg/1280px-Abu_Dhabi_Skyline_from_Marina.jpg)

4. Шанхай. Источник: [https://en.wikivoyage.org/wiki/Shanghai#/media/File:Shanghai\\_-\\_Pudong\\_-\\_Lujiazui.jpg](https://en.wikivoyage.org/wiki/Shanghai#/media/File:Shanghai_-_Pudong_-_Lujiazui.jpg)

#### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>14</sup> Колхас Р. Нью-Йорк вне себя. М.: Strelka Press, 2013.





2

Э.В. Данилова

21



3



4

Современная архитектура: кризис идентичности

идентичность глобального капитализма в локальную среду, угрожая уничтожением местным традициям. Сегодня мы наблюдаем процесс такого вторжения глобализации в арабские и азиатские страны. В случае Дубая мы видим, как сконструированная рыночной экономикой идентичность, будучи пересаженной на реальную территорию, становится идентичностью национальной, поскольку воплощает сегодняшние ценности арабского государства, не стремящегося при этом к отказу от своих религии и культуры. Национальное государство обращается к архитектурной идентичности как к урбанистической маске, позволяющей полноправно войти в качестве актора на глобальную сцену.

Вторым типом новой архитектурной практики глобальной эпохи стал феномен архитекторов-звезд. Этот тип практики коррелирует с уникальными брендами и элитой на всех уровнях культурного производства и потребления. Термин “starchitect”, представляющий собой гибрид слов star и architect, закрепился за фигурой архитектора, имеющего международную известность и профессиональный авторитет, являющегося постоянно востребованным во всех частях света. Архитектор-звезда подобен голливудской звезде — он обеспечивает успех всего предприятия, его участие как автора является гарантией не только уникального художественного качества объекта, но и будущей экономической выгоды. В различных списках архитекторов-звезд главными являются четыре мастера — Фрэнк Гери, с которого, собственно, и начал развиваться этот феномен, Рем Колхас, через мастерскую которого прошли многие ведущие архитекторы, Заха Хадид, единственная женщина-архитектор, получившая премию Притцкера, и Норман Фостер, изобретатель хай-тека. Норман Фостер — единственный архитектор, присутствующий на равных позициях в рейтинге самых больших и влиятельных транснациональных архитектурных офисов (14 место)<sup>15</sup> и в рейтинге архитекторов-звезд (3 место)<sup>16</sup>. В последнее время среди лидеров звездного рейтинга также

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>15</sup> WA100 2019: The big list // Building Design. URL: <https://www.bdonline.co.uk/business/wa100-2019-the-big-list/5097057.article> (дата обращения: 21.10.2019).

<sup>16</sup> 14 of The Best Architects in The World // The Idle Man. URL: <https://theidleman.com/blogs/life/14-of-the-best-architects-in-the-world> (дата обращения: 21.10.2019).

<sup>17</sup> WA100 2019: The big list // Building Design. URL: <https://www.bdonline.co.uk/business/wa100-2019-the-big-list/5097057.article> (дата обращения: 21.10.2019).

часто называется имя датского архитектора Бьярке Ингельса, прошедшего через мастерскую Колхаса и ворвавшегося на международную сцену в молодом возрасте. Его бюро BIG находится на 50-й строчке рейтинга крупнейших архитектурных фирм 2019 года<sup>17</sup>.

Список архитекторов-звезд включает в разных версиях не больше тридцати имен и пополняется обычно за счет архитекторов, вносящих новое художественное качество, устанавливающих уникальный стиль и создающих запоминающийся образ в архитектуре. Есть и бывшие звезды, чья эстетика устарела и перестала волновать зрителей. Феномен архитекторов-звезд не смог бы появиться без глобального арт-рынка, превратившего произведение искусства в предмет инвестиций глобальной элиты. Современное искусство, коммерческий бум которого совпадает с волнами экономического подъема в 1980-х годах, продемонстрировало, что наиболее высокие цены получают художники с ярко выраженным персональным заявлением/стилем, харизмой, имеющие интересный бэкграунд, который определяется участием в событиях мирового уровня. В 1960-х годах начался «бумажный этап» развития современной архитектуры, во многом пересекавшийся с траекториями современного искусства. В этот период создавались концептуальные проекты, не предназначенные для строительства, но создаваемые ради «чистого искусства» как художественные арт-объекты. Эти проекты выставлялись в престижных галереях и получали известность благодаря выставкам и публикациям во множестве архитектурных журналов 1960–1970-х годов. Огромную роль играли концептуальная и художественная составляющие проекта, позволявшие автору-архитектору выделиться на фоне не только скучной эстетики серого модернизма, далекой от авангарда 1920–1930-х годов, но также банальности и поверхностности большей части постмодернистской архитектуры. На создание концептуальной архитектуры повлияло и то, что архитектурные школы стали развиваться в университетской среде.

Архитектор становился значимым за счет индивидуального художественного языка, за счет философского обоснования, за счет концепции. Автор определял сценарий архитектурного проекта и заменял им сухую функциональную программу, интеллектуально обогащал содержание архитектуры, с одной стороны, и, с другой стороны, предлагал новые художественные формы, связанные с эстетикой современного искусства. Молодые архитекторы повышали символическую ценность проекта, поднимая профессию архитектора до уровня высокого искусства. Если посмотреть на список современных архитекторов-звезд, то можно увидеть, что именно такие бэкграунды имеют архитекторы в первых строчках звездного рейтинга. Фрэнк Гери вышел из сообщества американских художников. Его друзья — звезды мира современного искусства. Заха

Хадид с самых первых шагов профессии продемонстрировала уникальный художественный талант, и ее запоминающиеся полотна-проекты неоднократно демонстрировались в галереях и музеях мирового уровня. Рем Колхас стал известен благодаря не только мировому бестселлеру «Нью-Йорк вне себя», но и концептуальной графике проектов, созданной двумя художницами — женой Колхаса Маделон Вризендорп и Зое Зенгелис, женой его партнера Элиа Зенгелиса. Теперь эти работы находятся в музейных коллекциях. Питер Кук — сооснователь «Архигрема», литературно-архитектурного издания — блокбастера 1970-х годов. Даниэль Ли-бескинд — автор виртуозной и запоминающейся графики, представляющей собой самостоятельные произведения искусства. Вольф Прикс и Хельмут Свичински из “Соор Himmelb(l)au” получили мировую известность своими радикальными инсталляциями. Список можно продолжать.

Подход к архитектуре как к пластическому искусству был обогащен влиянием кинематографа, который привнес дух современной визуальной культуры с ее фрагментарностью, монтажом, ракурсом, пластическим и литературным сценарием в архитектуру, застывшую в рутине социальных задач и серийного строительства. Постмодернизм обеспечил свободу художественного выражения и выбора художественных источников — от технологии и классики до повседневности и современного искусства. Концептуальное искусство создало условия для его трансляции в архитектуру. Многочисленные международные конкурсы, начиная с конкурса на строительство центра Помпиду в Париже, предлагали будущим архитекторам-звездам возможности для демонстрации творческого кредо, позволяя отрабатывать свои концепции на реальных задачах. Известные галереи стали специализироваться на выставках концептуальной бумажной архитектуры, зрелищные проекты которой привлекали посетителей и коллекционеров. Арт-рынок преследовал культ новизны, являющийся двигателем современного искусства,

<sup>18</sup> Рёскин Дж. Камни Венеции. М.: Азбука-классика, 2009.

и бумажная архитектура утопических и конкурсных проектов рождалась в контексте этого культа.

В середине 1980-х годов сформировался круг архитекторов с наиболее ярким личным художественным почерком и оригинальными концепциями, и в это же время происходило становление арт-рынка в условиях самой масштабной за всю историю человечества волны глобализации, перекраивающей карту мира за счет тотальной урбанизации. И неизбежно два рынка — строительный и арт-рынок — должны были совпасть в точке архитектурного проекта. Чем больше современное искусство двигалось в сторону новых синтетических форм — инсталляций и перформансов, акций и хэппенингов, которые производили объект искусства здесь и сейчас, — тем более высокое место концептуальная архитектура занимала в пространстве пластических искусств. Если перформанс жил один день и далее только в видеозаписи, то архитектурный арт-объект становился более привлекательным предметом для инвестиций, поскольку не только демонстрировал статус владельца/заказчика в социуме, но и позволял получать прибыль в результате его постоянного использования. Соответственно, гигантский глобальный рынок строительства и недвижимости нуждался не только в архитектурных корпорациях с высоким уровнем профессиональной экспертизы, но и в раскрученных именах современных архитекторов-художников — звезд, которые повышали ценность архитектурного объекта. Когда в 1988 году в МоМА — музее современного искусства — в Нью-Йорке Ф. Джонсон и М. Уигли организовали выставку деконструктивистов, звездный статус участвующих архитекторов был официально закреплен. Все участники выставки — Фрэнк Гери, Рем Колхас, Заха Хадид, Даниэль Либескинд, Бернар Чуми, Питер Эйзенман, Вольф Прикс и Хельмут Свичински (“Соор Himmelb(l)au”) — превратились из «бумажных» архитекторов, звезд архитектурного арт-рынка, в звезд глобальной реальной архитектуры. Нет ничего удивительного в том, что все это одновременно совпало с бумом музейного строительства, а точнее, со строительством музеев и центров современного искусства, и первым заказом, с которого начинается отсчет истории архитекторов-звезд глобального рынка, стал музей Гуггенхайма в Бильбао, спроектированный Фрэнком Гери.

Джон Рёскин называл Дворец дождей в Венеции «пупом земли»<sup>18</sup>, поскольку все линии архитектурного влияния в Венеции сошлись в этом объекте, на участке, имеющем самую высокую значимость и символическую ценность. Таким же «пупом земли» является музей Гуггенхайма, построенный в столице Страны Басков как результат редкого стечения обстоятельств. В 1986 году Испания вступила в Евросоюз и пригласила иностранных архитекторов к преобразованию испанских городов. Идея властей заключалась в том, чтобы создать в Бильбао, стагнирующем

бывшем промышленном центре и устаревшем порту, уникальный объект. В качестве прототипа власти рассматривали Сиднейскую оперу, спроектированную датчанином Йорном Уотзоном и ставшую символом австралийского города. Музей Гуггенхайма должен был привлечь туристические потоки в Бильбао и дать выход из экономической стагнации. Обращаясь к Фрэнку Гери, уже известному своими нестандартными пластичными формами и радикальной архитектурой собственного дома, прославившему его в архитектурном и художественном мире, заказчики просили создать типичного «Гери»<sup>19</sup>. Архитектор применил в проекте музея программное обеспечение для авиационной промышленности САТИА, что позволило ему не только достичь невероятной свободы криволинейных форм, но и выдержать сроки и первоначальный бюджет благодаря подходу, который архитектор назвал «организацией артиста»<sup>20</sup>, — контролю автора над всем ходом проекта. Результат превзошел все культурные и экономические ожидания. Архитектура Гери превратила Бильбао в культурный центр и туристическую Мекку. Музей не просто предоставлял стены для первоклассных художников из коллекции Гуггенхайма, но в первую очередь сам позиционировал себя как объект высокого искусства, который не только запоминался внешне своим ярким и многозначным образом, вызывавшим ассоциации от цветка и волн до рыб, но и предлагал посетителям уникальное путешествие по необычным пространствам. Этот объект является гигантской обитаемой скульптурой, масштабной инсталляцией, имплантированной в историческую ткань города и вступающей в диалог с рекой Нервьон. За 20 лет с начала строительства город посетили 20 миллионов туристов — по миллиону в год. Музей принес более 400 миллионов евро в бюджет города ежегодно, а его присутствие обеспечило 9000 рабочих мест, в то время как стоимость строительства вместе с первоначальной коллекцией, по разным оценкам, не превысила 230 миллионов долларов<sup>21</sup>. «Эффект Бильбао»<sup>22</sup> — это эффект

## ИЛЛЮСТРАЦИИ

5. Лувр Абу-Даби. Остров Саадият. Ж. Нувель. 2017 г. Источник: <https://news.artnet.com/art-world/the-louvre-abu-dhabi-open-november-1072157>

6. Гуггенхайм Абу-Даби. Остров Саадият. Проект. Ф. Гери. 2007 г. Источник: <https://www.archdaily.com/916177/gehry-guggenheim-abu-dhabi-set-to-begin-construction/5ccc6a95284dd1fa8a000034-gehry-guggenheim-abu-dhabi-set-to-begin-construction-image>

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>19</sup> Asden P. Interview: Frank Gehry // *Financial Times*. URL: <https://www.ft.com/content/1c87963c-51cb-11e3-8c42-00144feabd0> (дата обращения: 21.10.2019).

<sup>20</sup> Gerace G. *The Impossible Becomes Possible: The Making of Walt Disney Concert Hall // Symphony: Frank Gehry's Walt Disney Concert Hall*. Ed. by G. White, G. Gerace. New York: Five Ties Publishing, 2009.

<sup>21</sup> Morris J. *The Guggenheim Bilbao, 20 Years Later* // *Artnet*. URL: <https://news.artnet.com/art-world/the-bilbao-effect-20th-anniversary-1111583> (дата обращения: 21.10.2019).

<sup>22</sup> Temel C. *Bilbao's Bilbao Effect* // *IAAC blog*. URL: <http://www.iaacblog.com/programs/bilbaos-bilbao-effect/> (дата обращения: 21.10.2019).





создания уникального авторского объекта, который становится катализатором культурного развития, драйвером экономики.

Фрэнк Гери стал звездой номер один в мировой архитектуре и открыл путь для авторской архитектуры музейных объектов, стремящихся повторить «эффект Бильбао». Дальнейшее развитие музейной темы продемонстрировало различные результаты, не всегда отвечающие первоначальным экономическим прогнозам, но, несомненно, это привело к появлению и подъему звездной архитектуры музеев, концентрация которых на острове Саадият в Абу-Даби должна была превратить территорию в явный аналог самой музейной коллекции архитектурных арт-объектов. Здесь в 2017 году открылся Лувр Абу-Даби, спроектированный Жаном Нувелем (илл. 5), планировались Музей Гуггенхайм Абу-Даби Фрэнка Гери (илл. 6), Национальный музей шейха Зайда Нормана Фостера (илл. 7), Центр исполнительских



искусств Захи Хадид (илл. 8), Морской музей Тадао Андо. На сайте Гуггенхайма можно прочитать концепцию музея в Абу-Даби: «Благодаря своему расположению на Ближнем Востоке — центральной оси между Европой, Азией и Африкой — Гуггенхайм в Абу-Даби будет способствовать более инклюзивному и широкому взгляду на историю искусств, которая подчеркивает сближение локальных, региональных и международных источников творческого вдохновения скорее, чем географию или национальность. В то же время Гуггенхайм Абу-Даби будет признавать и отмечать особую идентичность, вытекающую из культурных традиций Абу-Даби и Объединенных Арабских Эмиратов, а также других стран на Ближнем Востоке»<sup>23</sup>. Кризис временно приостановил строительство, и пока неизвестно, когда и в задуманном ли масштабе будут реализованы амбициозные планы арабских шейхов по превращению острова Саадият в мировой культурный и туристический центр. Но очевидно, что идея звездной архитектуры музеев увеличивает ценность и усиливает идентичность локации за счет развиваемой экономики впечатлений, которая сегодня приходит на смену сервисной экономике, в свою очередь сменившей экономику товаров.

7. Национальный музей шейха Заида. Остров Саадият. Проект. Н. Фостер. 2010 г. Источник: <https://www.protenders.com/en/projects/sheikh-zayed-national-museum>

8. Центр исполнительских искусств. Остров Саадият. Проект. З. Хадид. 2007 г. Источник: <http://art-tech.over-blog.com/2014/02/performing-arts-center-zaha-hadid.html>

#### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>23</sup> Guggenheim Abu Dhabi // Официальный сайт музея Гуггенхайма. URL: <https://www.guggenheim.org/about-us> (дата обращения: 21.10.2019).

<sup>24</sup> The Ultimate Guide to NYC Residential Starchitecture // PropertyClub. URL: <https://propertyclub.nyc/article/the-ultimate-guide-to-nyc-residential-starchitecture> (дата обращения: 21.10.2019).





Если музеи наиболее ярким образом выражают идентичность автора и при этом одновременно становятся объектами, идентифицирующими локацию на карте глобального мира, создавая «дух места», то в случае типологии жилища имена авторов буквально играют роль брендов, создавая дополнительную стоимость. Так, в Нью-Йорке на Манхэттене рынок недвижимости сегодня предлагает кондоминиумы от архитекторов-звезд, стоимость квартир в которых начинается от 6 миллионов долларов и продолжается в бесконечность<sup>24</sup>. Цена при равном метраже жилых единиц, как утверждают источники, зависит прежде всего от имени автора и уже затем от локации и добавленных сервисов. Вы можете выбрать квартиру от Б. Чуми (илл. 9), Б. Ингельса (илл. 10), К. Портзампарка (илл. 11), Ж. Герцога и П. де Мерона (илл. 12), Р. Колхаса, А. Сиза и других звезд. Приобретая такое жилище, покупатель вступает в закрытый клуб владельцев уникальных брендов, что придает его идентичности элитарное измерение — он обживает гарантированное именем архитектора не просто пространство, но произведение искусства. В отличие от картины на стене, архитектура от звезды дарит покупателю повседневное погружение внутрь самого произведения, а значит, бесконечность художественных впечатлений. Ограниченность предложения подогревает спрос. Таким образом, можно не только собрать коллекцию произведений искусства в виде жилищ от архитекторов-звезд, что аналогично приобретению замков и других типов исторически ценной недвижимости, но и проводить время, обогащая впечатления, меняя локации.

Архитектор-звезда реализует личное художественное видение в объекте, выражая свою идентичность. Он вынужден играть по правилам мирового рынка и сам становится заложником своей когда-то разработанной идентичности. Фрэнк Гери должен создавать «гери», Заха Хадид — волнообразные формы, Либескинд — углы и линии, а Рем Колхас — опровергать каждый раз свои собственные правила, поддерживая статус революционера. Идентичность архитектора превращается в бренд, от которого невозможно отказаться, поскольку публика ждет новый объект от архитектора-звезды, как новую коллекцию от кутюрье. Даже после смерти Захи Хадид бюро продолжает развивать ее личную эстетику. Каждый из архитекторов-звезд создается медийным пространством настолько же,

9. BLUE Residential Tower. Нью-Йорк. Б. Чуми. 2007 г. Источник: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/91/Blue\\_Condominium\\_Tower.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/91/Blue_Condominium_Tower.jpg)

10. VIA 57 West. Нью-Йорк. Б. Ингельс. 2016 г. Источник: [https://en.wikipedia.org/wiki/VIA\\_57\\_West#/media/File:VIA\\_57\\_West\\_-\\_exterior.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/VIA_57_West#/media/File:VIA_57_West_-_exterior.jpg)

11. К. де Портзампарк 400 Park Avenue South. Нью-Йорк. К. де Портзампарк. 2003 г. Источник: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/3/30/400\\_Park\\_Avenue\\_South\\_New\\_York\\_NY\\_2014\\_09\\_03\\_08.jpg/768px-400\\_Park\\_Avenue\\_South\\_New\\_York\\_NY\\_2014\\_09\\_03\\_08.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/3/30/400_Park_Avenue_South_New_York_NY_2014_09_03_08.jpg/768px-400_Park_Avenue_South_New_York_NY_2014_09_03_08.jpg)





10

Э.В. Данилова

31

Современная архитектура: кризис идентичности



11

насколько он сам создает новостной контент в медийном пространстве, конкурируя с другими звездами за упоминания в СМИ. Как сказал Чарльз Дженкс: «...логика [соревнования] означает, что в определенный момент вы должны быть медиа-архитектором или вы не будете попадать в шорт-листы»<sup>25</sup>. Как бы сами архитекторы ни отреклись от ярлыка «звезды», они демонстрируют себя в медиaprостранстве именно как звезды. Норман Фостер ведет «Инстаграм», где позирует в раритетных машинах, на фоне чужих объектов на разных континентах или в студенческих аудиториях, на переговорах с заказчиками, на фоне семьи, соревнуясь по частоте присутствия в социальных



---

## ИЛЛЮСТРАЦИИ

12. 56 Leonard Street. Нью-Йорк. Ж. Герцог и П. де Мерон 2017 г. Источник: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a6/2019-07-16\\_New\\_York\\_-\\_56\\_Leonard\\_Street\\_%28Jenga\\_Tower%29.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a6/2019-07-16_New_York_-_56_Leonard_Street_%28Jenga_Tower%29.jpg)

---

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>25</sup> Jencks C. *The iconic building is here to stay* // *Cities*. 2006. Vol. 10. No. 1. Pp. 4–20.

сетях с Бьярке Ингельсом. Рем Колхас носит костюмы Прада, а Заха Хадид проектировала обувь и мебель. Любой архитектор-звезда позиционирует себя как экстравагантный гениальный художник, чей узнаваемый образ был создан на заре арт-рынка в индустриальную эпоху. Архитектор-звезда — это новая реинкарнация художника-романтика. Каждый из архитекторов-звезд конструирует свою идентичность, одновременно демонстрируя принадлежность к современной транснациональной богеме. Сегодня туристы не только совершают паломничество к Джоконде в Лувр ради кадра с картиной, но и путешествуют ради того, чтобы запечатлеть себя на фоне зрелищных и уникальных объектов, повышая свою символическую ценность в социальных сетях и, как это ни парадоксально, усиливая таким образом собственную идентичность.

Сегодня можно выделить три устойчивых типа идентичности, конструируемой в эпоху современной глобализации:

- новая урбанистическая идентичность;
- архитектурная идентичность транснационального капиталистического класса;
- авторская идентичность архитекторов-звезд.

Транснациональные компании обеспечивают одинаково высокие стандарты качества во всех местах, вне зависимости от географии. Сложился архетип глобального города, в котором ведущую роль играет силуэт из башен, отражающий его идентичность, и в конструкцию которого входит стандартный набор из офисов транснациональных компаний, пятизвездочных гостиниц и сервисной инфраструктуры. Это является масс-маркетом современной архитектуры. Звезды удовлетворяют потребность глобальной элиты в статусном потреблении архитектуры, создавая уникальные произведения искусства, подобно художникам, и превращая свою идентичность в бренд. Архитектурные бутики — бюро архитекторов-звезд — предлагают высокую архитектуру, которая, в свою очередь, становится брендом, способным придать символическую ценность любому городу, повышая его привлекательность для инвестиций и туристических потоков. Каждый город в своем глобальном развитии конструирует идентичность, которая состоит из стандартного бренда глобального города, уникальных объектов-брендов, созданных архитекторами-звездами, а также локальной идентичности, превращаемой в туристический бренд. Такой процесс неизбежно ведет к коммодификации архитектуры.

За пределами конструкций транснациональной идентичности остаются сегодня огромные урбанистические пространства, не включенные в глобальные потоки, локальные, региональные, национальные культуры и подавляющее большинство человечества, не входящее в транснациональный капиталистический класс. Информационные искажения, которые неизбежны в современных медиа, создают неверную картину

того, что мир сегодня является тотально и исключительно глобальным. Мир состоит из сетей, объединяющих номадов, однако в пространствах между глобальными сетями по-прежнему существуют ареалы локально-го, в которых органично развивается своя собственная идентичность, не имеющая ценности на рынке роскошных товаров, но имеющая непреходящую ценность для локальных сообществ. Эта органическая идентичность, которая проявляется в тенденциях, противостоящих глобализации, и которая определяется как глокальная, требует сегодня своего архитектурного выражения. Присуждение Притцкеровской премии в последние несколько лет архитекторам из Чили (Александро Аравена, 2016 год), Испании (RCR, 2017 год), Индии (Балкришна Доши, 2018 год) показывает, что фокус в архитектуре начал смещаться: от глобальных потоков — к конкретным территориям, от глобальной транснациональной элиты — к национальным культурам и локальным сообществам. И это означает, что кроме объектов-блокбастеров в современной архитектуре появляются авторские объекты, стремящиеся не к тому, чтобы стать брендами, но к тому, чтобы стать выражением ценностей и культуры сообщества. Такие тенденции требуют отдельного исследования.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Adam R.* The Globalisation of Modern Architecture. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2013.
2. *Bell D.A., de-Shalit A.* The Spirit of Cities, Why the Identity of a City Matters in a Global Age. Princeton: Princeton University Press, 2011.
3. *Castells M.* The Rise of the Network Society. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2009.
4. *Eldemery I.M.* Globalization challenges in architecture // Journal of Architectural and Planning Research. 2009. Vol. 26. No. 4. P. 343–354.
5. *Florida R.* The Rise of the Creative Class. New York: Perseus Book Group, 2002.
6. *Jencks C.* The iconic building is here to stay // City. 2006. Vol. 10. Issue 1. P. 3–20.
7. *Ponzini D.* Starchitecture: Scenes, Actors, and Spectacles in Contemporary Cities. New York: The Monacelli Press, 2011.
8. *Ponzini D.* The Values of Starchitecture: Commodification of Architectural Design in Contemporary Cities // Organizational Aesthetics. 2014. Vol. 3. Issue 1. P. 10–18.
9. *Rab S.* Global architecture and local identity: The Emirate of Dubai // Traditional Dwellings and Settlements Review. 2004. Vol. 16. No. 1. P. 31–32.
10. *Robertson R.* Globalisation or glocalisation? // The Journal of International Communication. 2012. Vol. 18. Issue 2. P. 191–208.
11. *Sassen S.* The Global City. Princeton: Princeton University Press, 1992.



12. Sklair L. *Globalization: Capitalism and Its Alternatives*. Oxford: Oxford University Press, 2002.
13. Sklair L. Iconic architecture in globalizing cities // *International Critical Thought*. 2012. Vol. 2. No. 3. P. 349–356.
14. Sklair L. *The Icon Project*. Oxford: Oxford University Press, 2017.
15. Sklair L. *The Transnational Capitalist Class*. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2000.

## REFERENCES

1. Adam R. *The Globalisation of Modern Architecture*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2013.
2. Bell D.A., de-Shalit A. *The Spirit of Cities, Why the Identity of a City Matters in a Global Age*. Princeton: Princeton University Press, 2011.
3. Castells M. *The Rise of the Network Society*. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2009.
4. Eldemery I.M. Globalization challenges in architecture // *Journal of Architectural and Planning Research*. 2009. Vol. 26. No. 4. Pp. 343–354.
5. Florida R. *The Rise of the Creative Class*. New York: Perseus Book Group, 2002.
6. Jencks C. The iconic building is here to stay // *City*. 2006. Vol. 10. Issue 1. Pp. 3–20.
7. Ponzini D. *Starchitecture: Scenes, Actors, and Spectacles in Contemporary Cities*. New York: The Monacelli Press, 2011.
8. Ponzini D. The Values of Starchitecture: Commodification of Architectural Design in Contemporary Cities // *Organizational Aesthetics*. 2014. Vol. 3. Issue 1. Pp. 10–18.
9. Rab S. Global architecture and local identity: The Emirate of Dubai // *Traditional Dwellings and Settlements Review*. 2004. Vol. 16. No. 1. Pp. 31–32.
10. Robertson R. Globalisation or glocalisation? // *The Journal of International Communication*. 2012. Vol. 18. Issue 2. Pp. 191–208.
11. Sassen S. *The Global City*. Princeton: Princeton University Press, 1992.
12. Sklair L. *Globalization: Capitalism and Its Alternatives*. Oxford: Oxford University Press, 2002.
13. Sklair L. Iconic architecture in globalizing cities // *International Critical Thought*. 2012. Vol. 2. No. 3. Pp. 349–356.
14. Sklair L. *The Icon Project*. Oxford: Oxford University Press, 2017.
15. Sklair L. *The Transnational Capitalist Class*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2000.