

УДК 74.01/09

## Дизайн городской среды как средство формирования экологической модели поведения

**Панкина Марина Владимировна**

Доктор культурологии,  
доцент,

профессор кафедры дизайна интерьера,

Российский государственный профессионально-педагогический университет,  
620012, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11;

e-mail: marina-pankina@rambler.ru

### Аннотация

Проблемы экологического состояния городов связаны с потребительским и безответственным отношением общества к окружающей среде, к природным объектам в городском пространстве. Жители современного мегаполиса значительно удалены от естественной среды, не ощущают зависимости от природных процессов, не понимают необходимости сосуществования с природой. Для изменения сложившейся критической ситуации необходимы междисциплинарные исследования, привлечение средств науки, образования, искусства и дизайна. Цель статьи – выявить возможности и роль предметно-пространственной среды в формировании экологической модели поведения горожан и экологической культуры, которая включает знания, отношение, мотивацию, систему ценностей и экологически оправданные действия. Определены составляющие общественного пространства города и их функции. Дизайн рассмотрен как медиатор городского пространства, архитектуры, человека и природы и в то же время как один из источников экологических проблем. Визуальный облик и пространственная организация общественных пространств опосредованно оказывают социокультурное воздействие на горожан. Выделены средства и методы дизайна, качества и функции дизайн-объектов, гармонизирующие городскую среду и формирующие экосознание и мотивацию жителей к экологичному образу жизни. Не только технологическое решение, но и художественный образ дизайн-объекта стал нести экологическую функцию. Также отмечена безусловная необходимость формирования экологической ответственности и этики самих дизайнеров, введения экологической проблематики в содержание их подготовки.

### Для цитирования в научных исследованиях

Панкина М.В. Дизайн городской среды как средство формирования экологической модели поведения // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. № 6А. С. 289-297.

### Ключевые слова

Экологический дизайн, потребительская культура, экологическая культура, устойчивое развитие, предметно-пространственная среда города.

## Введение

Экологическая тематика в настоящее время включена в список государственных приоритетов стратегического развития и стала отдельным направлением работы правительства в 2017 г., который был объявлен Годом экологии в России. Среди мероприятий, помимо технических проектов, реализованы просветительские программы для привлечения общественного внимания к вопросам экологии. Однако многие годы экологические проекты направлены на решение уже сложившихся проблем, ликвидацию последствий негативного воздействия на природу, а не на их предотвращение, изменение психологических установок человека. Диалектическую противоположность природы и сознания, природы и техники, природы и культуры отмечали философы еще во времена Платона. Необходимы перестройка мышления, предупредительные меры, отказ от потребительского отношения к природе, формирование иной модели поведения и взаимодействия с природой, создание иной системы ценностей.

Цель статьи – проанализировать экологические проблемы мегаполисов, воздействие их предметно-пространственной среды на модели поведения горожан, выделить средства и методы дизайна, способствующие формированию экологической культуры, которая включает знания, отношение, систему ценностей и экологически оправданные действия. Она определяет меру свободы человека по отношению к природе, регулирует внутреннюю мотивацию человека, его системное понимание своего места и роли в эко-, био- и ноосфере, регулирует культуру поведения в природной среде. Стоит отметить, что главная ее функция – предупредительная.

## Визуальная среда города

Визуальная среда действует на нас постоянно и вне зависимости от нашего желания. Предметно-пространственная среда города, включающая объекты архитектуры, инженерии, изобразительного искусства и дизайна, природные объекты, – это та оболочка, в которой происходят все общественные процессы. Это порождение и отражение общественного бытия и сознания, Рисунок тесной взаимосвязи материальной и духовной стороны жизни общества, изменения философских, научных, культурных представлений, визуализация их в пространственных структурах. Город как системный архитектурный, хозяйственный, экономический и социальный комплекс обеспечивает жизнедеятельность людей, их потребности от физиологических и материальных до социальных, духовных и эстетических. Ведь не только ради осуществления хозяйственных процессов создавались города (на самом деле в городе жизнеобеспечение поддерживается гораздо сложнее, чем в деревне). Люди стекались в города для реализации своих способностей и возможностей, город обеспечивал разделение труда и кооперацию, здесь происходили ритуалы, концентрировалась власть [Mumford, 1956]. Крупный теоретик градостроительства и урбанизма Льюис Мамфорд вслед за Жан-Жаком Руссо подчеркивал, что «дома делают городок, но горожане – Город» [Mumford, 1966]. А делает ли город горожан? Какими механизмами осуществляется воздействие на их экологическое сознание?

Город объединяет в единую систему деятельность большого количества людей, генерирует социальные модели поведения, а его стержнем служат общественные пространства. Во-первых, это площадки общения, взаимодействия, самореализации горожан, доступные для молодых и пожилых, бедных и богатых, активных и созерцателей, власти и электората; во-вторых, это

лицо, визитная карточка города, формирующая его имидж, бренд как для самих жителей, так и для его гостей и потенциальных инвесторов. Роль общественных пространств не ослабевает с развитием медиа-технологий. Горожане должны добираться на учебу и работу, выходят гулять и встречаться с друзьями, посещают культурные, спортивные мероприятия и пр.

Функционально можно выделить следующие составляющие общественных пространств, под которыми мы понимаем как открытые пространства, так и интерьеры общественных зданий: коммуникационные (площади, дороги, улицы, транспортная инфраструктура, метро, вокзалы, почтовые отделения), рекреационные (скверы, бульвары, парки), административные (здания администраций, управлений, министерств и пр.), коммерческие (торговые центры, магазины, сервисные центры, кафе, рестораны и пр.), культурные (театры, клубы, кинотеатры, музеи, библиотеки, выставочные центры, учебные и научные заведения, культовые сооружения), спортивные (стадионы, дворцы спорта, спортивные школы и пр.), социального обеспечения (поликлиники, больницы, пенсионные фонды и пр.). Соответственно выделим их функции: обеспечение различных услуг (образовательных, медицинских, информационных, торговых и др.), сервиса, общения, самореализации, отдыха, занятий спортом и физкультурой. Перечисленные функции носят утилитарный характер. Для нас же важно, что визуальный облик и пространственная организация общественных пространств оказывают социокультурное воздействие на горожан, имеют коммуникативную и организующую функции, эстетическую и гедонистическую и в конечном счете воспитательную, познавательную и аксиологическую функции. Общественные пространства задают стиль жизни горожан, модели их поведения, культуру в целом, а в частности – потребительскую и экологическую.

Определяющие облик города здания и инженерные сооружения максимально вырабатывают свой ресурс, так как экономически очень дороги и технически сложны, и трудоемки. «Хрущевки», супер-экономные жилые дома типовых серий, которые массово строили в СССР в 1950-1970-х гг. для решения жилищной проблемы, были рассчитаны на 25 лет. Однако уже скоро они достигнут 60-летнего возраста, а архитекторы и чиновники оптимистично предлагают с помощью современных технологий продлить жизнь этих домов до 100-150 лет [Шувалов, www]. В квартиры заселяются новые жители, а назначение первых этажей зданий можно изменить в зависимости от иных запросов и экономической ситуации. Уникальные здания и сооружения становятся памятниками эпохи. Они реставрируются и реконструируются, при сохранении своего назначения могут начинаться сложнейшими техническими устройствами и соответствовать новым потребностям людей. Вспомним историю здания Большого театра с 1856 г. до реконструкции, закончившейся в 2011 г. [Большой театр. История, www].

Объекты дизайна в отличие от архитектурных и инженерных сменяются гораздо чаще, живо отражают достижения технологий, тенденции моды, потребительский спрос и вкус, вторгаются в ткань архитектурного сооружения. Витрины и вывески сообщают о новой функции архитектурного объекта. Объекты средового дизайна (входные группы зданий, малые формы, уличная мебель и осветительные конструкции, витрины, информационные стенды, остановки транспорта, стоянки для велосипедов, арт-объекты и др.) создают человеческий масштаб, адаптируют среду по эргономическим параметрам.

А вот природных объектов становится все меньше, их необходимо защищать от наступления застройки, коммерческого использования. Акции «зеленых» и простых жителей нередки в наших городах. Хотелось бы увеличивать площади естественных ландшафтов и озелененных территорий, но если раньше здания строили в природном окружении, то сейчас природу встраивают в архитектурный ландшафт.

## Проблемы формирования экологической культуры горожан

Высокая концентрация промышленности, транспорта, инженерной инфраструктуры, большая плотность населения в современных крупных городах России (Москва – 10 588 чел./км<sup>2</sup>, Санкт-Петербург – 3724 чел./км<sup>2</sup>, Новосибирск – 2931 чел./км<sup>2</sup>, Екатеринбург – 2933 чел./км<sup>2</sup>) [Статистика населения..., www] приводят к ряду различных экономических, социальных и экологических проблем. В России численность горожан составляет более 70%, а в северных и восточных регионах с суровым климатом достигает 92%. Интенсивное развитие городов в XX в. связано с индустриализацией, строительством заводов-гигантов и научных центров. Комфорт и вопросы сохранения природного ландшафта учитывались в последнюю очередь. Именно города дают 80% всех выбросов в атмосферу и три четверти общего объема загрязнений, потребляют 60-80% энергии. Все города мира ежегодно выбрасывают до 3 млрд тонн твердых отходов, свыше 500 млрд кубометров промышленных и бытовых стоков, загрязняющее и тепловое воздействие больших городов захватывает вокруг радиус около 50 км; вместо естественного ландшафта формируется антропогенный. Негативное воздействие города усугубляется тем, что большая часть людей проводит до 20-23 часов в сутки в помещениях, где уровень загрязнения бывает в 1,5-3 раза выше уровня загрязнения наружного воздуха и совершенно нет контакта с природными объектами [Будрейко, www].

Городское пространство включает в себя природную и антропогенную среду. Природные объекты могут быть как естественными, так и природно-антропогенными. Мегалополис изменяет практически все компоненты природной среды: воздух, растительность, рельеф, почву, подземные воды, грунт и даже климат (температуру, влажность, солнечную радиацию, количество осадков) по сравнению с окружающими территориями. В городах меньше инсоляция, больше осадков, облачных дней и тумана, а также есть пыль, шум магистралей и агрессивное визуальное окружение, что накладывает соответствующий отпечаток на сознание человека и его отношение к природе.

Состояние полного экологического равновесия достигается, если природная среда обеспечивает воспроизводство своих компонентов. При относительном экологическом равновесии, которое возможно в городах, этого не происходит, нарушается баланс биомассы в соответствии с антропогенной нагрузкой. Необходимы действия, усилия горожан. Но жители современного мегалополиса значительно удалены от естественной природной среды, не ощущают зависимости от природных процессов и личной ответственности за экологические проблемы, относятся к природе потребительски. Как возможно напомнить о сосуществовании с природой, как формировать экологическую культуру посредством визуальной среды города? Может ли дизайн среды изменить модели поведения людей с точки зрения экологических аспектов?

Городская среда определяет феномен городского образа жизни. Она включает в себя не только предметно-пространственный компонент, но и его знаковую составляющую, семантику элементов и социальный компонент – межличностные коммуникации, взаимодействие и модели поведения горожан. Визуальная среда воздействует на социокультурные коммуникации, процессы жизнедеятельности, мировоззрение людей. Ведь средствами и методами дизайна проектируют не только искусственную среду обитания, а прежде всего человеческую деятельность в ней, образ жизни потребителей, оказывают влияние и даже регулируют состояние, настроение, социальное поведение как отдельного человека, так и общественных групп, а также формируют культуру потребления, ценностные и мировоззренческие установки.

## Объекты дизайна в городской среде

С точки зрения культурологического подхода дизайн является как результатом, продуктом, демонстрирующим современный уровень культуры и общественные ценности, так и катализатором инноваций, прогрессивных технологических решений, модных тенденций, социокультурных изменений. Дизайн в большей степени определяет утилитарную функцию объектов, их эргономичность, информативность. Но дизайн – это не только функциональный, но и эстетический компонент окружающей нас предметно-пространственной среды. А эстетический опыт, который имеет духовную и ценностную составляющие, важен для формирования личности, для развития познавательных способностей. Это восприятие, испытывание и эстетическая реакция как представление и переживание, как переход от эстетического отношения через эстетическое событие к эстетическому эффекту и действию [Каган, 1996]. Эстетический вкус имеет место не только в области эстетической оценки, вкус возможно определить не только как «способность судить о прекрасном», но и как действие опытности.

Произведения дизайна являются переходным элементом от архитектуры и инженерных сооружений к конкретному потребителю, в большей степени способствуют гармонизации сосуществования человека и окружающей среды. Но именно деятельность дизайнеров способствует и лавинообразному увеличению гор мусора, причем как реального, так и визуального. Это становится даже темой вдохновения и материалом для творчества современных художников при создании инсталляций с экологической проблематикой, например, «The Trash People» («Мусорная армия»), арт-проекта Ха Шульта, Германия, который он продемонстрировал во многих столицах мира.

Дизайн – это не только проектирование промышленно производимых объектов, но и компонент сферы потребления и средство влияния на жизнь социума [Пресс, Купер, 2008]. Дизайнеры по заказу экономических и административных структур создают товарную и информационно-знаковую избыточность, мотивацию к излишнему потреблению. Реклама захватывает все свободные плоскости фасадов и улиц, уродует исторически значимые архитектурные памятники. Реклама призывает: «Зайди, выбери, купи, пользуйся». Мегаполис похож на огромную коробку со множеством наклеенных на нее фантиков. Однако в различных городах появляется все больше экологически ориентированных объектов дизайна, которые заставляют горожан задуматься о проблемах экологии, о своей ответственности и возможностях в решении экологических проблем.

### Возможности дизайна в формировании экологической модели поведения

Экологический дизайн как культурный феномен объединяет и определяет аксиологические основания, целевые установки, визуальные природо- и культуросообразные решения, социокультурные изменения в обществе, eco-friendly семантику дизайн-объектов, прогнозирование антропогенного воздействия дизайн-объекта на природу на протяжении всего периода его существования, включая утилизацию [Панкина, 2014]. Объект дизайна может наглядно продемонстрировать рациональный стиль потребления, его преимущества, вызвать эстетическое наслаждение, гармонизировать депрессивный либо технократический объект. Призывы воспитывающих плакатов нередко воспринимаются назидательными и не имеют воздействия, а с помощью визуальных образов дизайнер как передает информацию, так и психологически взаимодействует со зрителем, вызывая эмоциональный отклик.

Выделим возможности дизайна городской среды в формировании экологической культуры. Это, прежде всего, обеспечение возможности «общения» с природой, наличие рекреационных зон, улучшение качества городской среды. Включение объектов ландшафтного дизайна в среду города, сохранение естественных природных объектов улучшают микроклимат, способствуют поддержанию чистоты воздуха, позволяют комфортно ходить пешком в «зеленых коридорах», выгуливать собак, просто любоваться природой. Также организация пространства города средствами ландшафтного проектирования позволяет обеспечить возможность пользоваться велосипедами (дорожки, площадки, стоянки). Озеленение крыш пропагандировал еще Ле Корбюзье в 1920-е гг. В настоящее время в Италии, Швейцарии, Китае появились зеленые небоскребы, где предусмотрены места для озеленения на балконах и террасах. Вертикальное озеленение фасадов (к примеру, сады Патрика Бланка (Франция)) имеет художественный образ, что усиливает их эмоциональное воздействие. В климатических условиях России такие решения неосуществимы, но появилась мода на зимние сады в общественных интерьерах, также активно стали применять мобильное озеленение.

Существует множество примеров дизайн-объектов в общественном пространстве различных городов мира, решающих либо обращающих внимание на экологические проблемы. Это многофункциональные и трансформируемые, с пластичными биоморфными формами городская мебель и оборудование, включающие одновременно рекламные либо информационные плоскости, зарядные устройства, осветительные приборы; это городские светильники на солнечных батареях, напоминающие природные образы. При создании малых архитектурных форм, арт-объектов, городской мебели и светильников используют технологичные, в том числе переработанные материалы. Применение местных строительных и отделочных материалов, относительно дешевых, доступных и безвредных, не требующих больших затрат на доставку, легко перерабатываемых для вторичного использования и утилизации (дерева, камня, керамики), также обеспечивает экологичность объектов.

Малые формы, арт-объекты и природные объекты гармонизируют пространство с учетом комфорта восприятия, грамотного пропорционирования, масштабности, становятся композиционным акцентом, художественным, образным, эмоциональным элементом среды [Гибсон, 1988]. Использование биоморфных структур, натуральных цветов, материалов, фактур, текстур, традиционных региональных мотивов в образах делает объекты психологически комфортными, показывает эстетические ценности. Изображения природных объектов часто присутствуют в монументальной росписи зданий, суперграфике, а неживые природные объекты (камни, коряги и пр.) используют в декоре. Визуально привлекательные и информативные контейнеры для организации сбора отходов направляют действия горожан. Реклама демонстрирует экопродукты и товары, информирует потребителей, призывает к действиям, личному участию в решении проблем.

Казалось бы, дизайн в полной мере включен в решение экологических проблем. Однако это отдельный инновационный, чаще зарубежный опыт. В большинстве российских городов такие объекты дизайна выглядят «лучом света» в урбанистической среде. В Год экологии на улицах Москвы появилось несколько арт-объектов, раскрывающих проблемы устойчивого развития города: интерактивная композиция из кубиков с изображениями города, деревьев, неба и слоганами в парке «Музеон» на Крымском Валу, информационная беседка-лабиринт на ул. Тверской, прозрачные колонны, которые заполнены мусором, и т. д. Арт-объект «Загляни в себя» в Третьяковском проезде символизирует неоднозначное отношение общества к окружающей среде, необходимость бережного отношения к ней. Синтез природы и новых

технологий демонстрирует арт-объект на ул. Покровка. Арт-объект «Ломтики солнца» в эколого-просветительском центре «Конный двор» и инсталляция «Музыка ветра» в дендросаду Кузьминки-Люблино вызывают эмоциональный отклик. Акции «Зеленый фонарь», «Разделяй и используй», проект «Активный гражданин» – резонансные, действенные (в том числе благодаря дизайн-сопровождению), не первый год проходят в Москве.

Таким образом, средствами дизайна в ткани городского пространства возможно: показать истинные ценности, приобщить к прекрасному, формировать эстетический вкус горожан; обратить внимание на проблему, привлечь к ее решению; формировать культуру рационального потребления, создавая многофункциональные, трансформируемые предметы, вещи долговременного пользования, вне моды и времени; минимизировать визуальный мусор или сделать не столь агрессивным внешний вид техногенных объектов; повысить экологическую грамотность людей, распространять идеи экологического дизайна, формировать привычки экологического поведения (раздельная утилизация отходов, охрана и восстановление природных объектов, активный и здоровый образ жизни).

В результате формируются составляющие экологической культуры: знание и представление о взаимосвязи человека и природы; отношение к природе как к ценности, что определяет характер целей взаимодействия, включает экологическую этику, экологическое мышление и культуру поведения. Данное действие предполагает владение технологиями взаимодействия с природой, потребность в общении с природой, стремление к ее познанию и восприятию, природосообразное поведение, ответственность и сознательное соблюдение правил и норм, собственную активную позицию, пропаганду эко-идей. Можно отметить следующую тенденцию: решая средовое пространство, дизайнеры стали все больше уделять внимание художественно-образной функции дизайна, задействовать средства и методы арт-дизайна и современного искусства. И это не самовыражение художника, а стремление донести идеи до людей. Не только технологическое решение, но и художественный образ дизайн-объектов стал нести экологическую функцию, чтобы продвигать эко-идеи в аттрактивных и эмоциональных объектах. Дизайнеры могут обеспечить удовлетворение разумных потребностей людей, а также сформировать мотивацию к рациональному стилю потребления, экологичному образу жизни, гармоничному сосуществованию с природой. В связи с этим их профессиональная ответственность, этика проектирования и экологическая культура имеют огромное значение.

## Выводы

Дизайн может выступить связующим звеном городского пространства, архитектуры, человека и природы. Тенденция и реальность времени в формировании общественных пространств – власть бизнеса: занять и освоить с коммерческой выгодой. Профессиональная роль и ответственность дизайнера – внести в проект аксиологическую составляющую, сделать эти пространства наполненными социокультурной миссией и экологическим содержанием. Большое значение имеет использование партисипационного метода, т. е. привлечение горожан к проектированию на стадии идей, построения и выбора концепции, оценки вариантов проектных решений. Ведь уникальность общественных пространств в том, что понятия «мое» и «чужое» здесь дополняются понятием «наше», что рождает социальную ответственность, чувство сопричастности, общественную позицию и консолидацию, рождение положительных инициатив, возможность творческого самовыражения и вовлечения горожан в социальные и экологические проекты.

Нужно отметить, что дизайн-объект любого вида и масштаба должен быть экологичным как по технологическому решению, так и по содержанию, назначению и смыслу, эстетическому образу. Ценностно-мировоззренческая и этическая составляющие проектирования должны быть детерминантами, понимание возможностей дизайна в формировании экологического сознания и экологической культуры людей должно быть профессиональным качеством дизайнера. Для изменения парадигмы проектирования необходимы формирование этики профессионала, введение в процессе подготовки специалиста экологической проблематики в содержание различных дисциплин, межпредметные связи по этим вопросам, обязательный анализ и решение в проектах экологических вопросов в общем комплексе проектирования морфологии, эргономики, функции и образа объекта.

Предложенные подходы должны стать содержательной и методологической основой учебного и реального проектирования общественных пространств города, объектов промышленного дизайна и арт-дизайна, при построении стратегий развития городской среды. Материалы статьи могут быть полезны специалистам, изучающим проблемы формирования городского пространства, экологической культуры горожан, преподавателям теоретических и специальных проектных дисциплин вузов при определении культурологических и аксиологических оснований содержания дизайн-образования и компетенций специалиста.

### Библиография

1. Большой театр. История. URL: <http://www.bolshoi.ru/about/hist/reconstruction>
2. Будрейко Е.Н. Экология городов. Загрязнение почв, воды и воздуха. URL: <http://www.portal-slovo.ru/impressionism/41495.php>
3. Гибсон Дж. Экологический подход к зрительному восприятию. М.: Прогресс, 1988. 464 с.
4. Каган М.С. Философия культуры. СПб.: ТК Петрополис, 1996. 415 с.
5. Панкина М.В. Феномен экологического дизайна: онтологический анализ. М.: Наука-Информ, 2014. 156 с.
6. Пигулевский В.О. Дизайн и культура. Харьков: Гуманитарный центр, 2014. 316 с.
7. Пресс М., Купер Р. Власть дизайна. Ключ к сердцу потребителя. Минск: Гревцов Паблишер, 2008. 352 с.
8. Статистика населения в городах и странах. URL: [http://www.statdata.ru/nasel\\_regions](http://www.statdata.ru/nasel_regions)
9. Шувалов В. Почему не надо сносить хрущевки: аргументы архитектора. URL: <http://www.online812.ru/2014/11/19/014/>
10. Mumford L. The city in history: its origin, its transformation and its prospects. Harmondsworth: Penguin, 1966. 696 p.
11. Mumford L. The natural history of urbanization // Thomas W.L. (ed.) Man's role in changing the face of the Earth. Chicago: University of Chicago Press, 1956. P. 382-398.

### **The design of the urban environment as a means of forming ecological behaviour models**

**Marina V. Pankina**

Doctor of Cultural Studies, Docent,  
Professor at the Department of interior design,  
Russian State Vocational Pedagogical University,  
620012, 11 Mashinostroitelei st., Ekaterinburg, Russian Federation;  
e-mail: [marina-pankina@rambler.ru](mailto:marina-pankina@rambler.ru)

## Abstract

The article describes the problems of the ecological state of cities, which are associated with the consumer and irresponsible attitude of society to the environment, natural objects in the urban space. The inhabitants of the modern metropolis are far removed from the natural environment, they do not feel dependent on natural processes and do not understand the necessity of coexistence with nature. Interdisciplinary research is needed in order to change the current critical situation. The article aims to identify the possibilities and role of the object-spatial environment in the formation of the ecological model of the behaviour of citizens and ecological culture, which includes knowledge, attitudes, motivation, the value system and ecologically justified actions. Design is considered to be a mediator of urban space, architecture, man and nature and at the same time as one of the sources of environmental problems. The article identifies the means and methods of the design, qualities and functions of design objects that harmonise the urban environment, form eco-consciousness, motivate residents to be environmentally friendly. The author of the article points out that it is also necessary to develop the environmental responsibility and ethics of designers themselves, which should be reflected in the educational program.

## For citation

Pankina M.V. (2017) Dizain gorodskoi sredy kak sredstvo formirovaniya ekologicheskoi modeli povedeniya [The design of the urban environment as a means of forming ecological behaviour models]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 7 (6A), pp. 289-297.

## Keywords

Ecological design, consumer culture, ecological culture, sustainable development, object-spatial environment of the city.

## References

1. *Bol'shoi teatr. Istoriya* [The Bolshoi Theatre. History]. Available at: <http://www.bolshoi.ru/about/hist/reconstruction> [Accessed 10/09/17].
2. Budreiko E.N. *Ekologiya gorodov. Zagryaznenie pochv, vody i vozdukha* [The ecology of cities. Soil, water and air pollution]. Available at: <http://www.portal-slovo.ru/impressionism/41495.php> [Accessed 10/09/17].
3. Gibson J.J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin. (Russ. ed.: Gibson J. (1988) *Ekologicheskii podkhod k zritel'nomu vospriyatiyu*. Moscow: Progress Publ.)
4. Kagan M.S. (1996) *Filosofiya kul'tury* [Philosophy of culture]. St. Petersburg: TK Petropolis Publ.
5. Mumford L. (1966) *The city in history: its origin, its transformation and its prospects*. Harmondsworth: Penguin.
6. Mumford L. (1956) The natural history of urbanization. In: Thomas W.L. (ed.) *Man's role in changing the face of the Earth*. Chicago: University of Chicago Press, pp. 382-398.
7. Pankina M.V. (2014) *Fenomen ekologicheskogo dizaina: ontologicheskii analiz* [The phenomenon of ecological design: an ontological analysis]. Moscow: Nauka-Inform Publ.
8. Pigulevskii V.O. (2014) *Dizain i kul'tura* [Design and culture]. Kharkiv: Gumanitarnyi tsentr Publ.
9. Press M., Cooper R. (2003) *The power of design: the key to the heart of the consumer*. Aldershot: Ashgate. (Russ. ed.: Press M., Cooper R. (2008) *Vlast' dizaina. Klyuch k serdtsu potrebitelya*. Minsk: Grevtsov Publ.)
10. Shuvalov V. *Pochemu ne nado snosit' khrushchevki: argumenty arkhitekтора* [Why we should not demolish Khrushchev-era houses: the arguments of an architect]. Available at: <http://www.online812.ru/2014/11/19/014/> [Accessed 10/09/17].
11. *Statistika naseleniya v gorodakh i stranakh* [Population statistics in cities and countries]. Available at: [http://www.statdata.ru/nasel\\_regions](http://www.statdata.ru/nasel_regions) [Accessed 10/09/17].