

трансляцию видеос YouTube, защита паролем, бан участника и т.д. Запись видео и хранение файлов возможны, но уже как платная акция.

Вид присылаемых на проверку чертежей autocad и PDF.

Проверка: комментарии и пометки в pdf и dwg файлах. Интерактивное обслуживание возможно посредством демонстрации экрана в Skype.

Практические занятия целесообразно проводить через онлайн-конференции с использование Zoom и Skype.

Основной задачей проводимых мероприятий является формирование эффективных навыков педагогической деятельности при дистанционном обучении с использованием информационно-коммуникационных технологий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Благовещенский, Ф. А. Архитектурные конструкции: учебник по спец. «Архитектура» / Ф.А.Благовещенский, Е. Ф. Букина. – Москва : Архитектура-С, 2011. – 232 с.

2. Matthew Lynch 10 WAYS TO USE FACEBOOK IN THE CLASSROOM / The ADVOCATE. – Richmond, 2019. – Дата доступа: <http://www.theedadvocate.org/10-ways-use-facebook-classroom/> – Дата обращения: 20.04.2020.

УДК 711.58

РОЛЬ ПАБЛИК-АРТА В ФОРМИРОВАНИИ ОБЛИКА ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Е. А. Диченская

E. Dichenskaya

*Брестский государственный технический университет,
Брест, Беларусь*

*Brest State Technical University,
Brest, Belarus*

Аннотация. Статья посвящена новым граням взаимодействия современного архитектурного пространства с арт-инсталляцией и малой архитектурной формой. Рассматривается проектирование комфортной общественной среды посредством наполнения ее объектами публичного искусства, формирование культуры потребления актуальных форм искусства.

Ключевые слова: городское пространство, публичное искусство, современное искусство.

Искусство во все времена присутствовало в городском пространстве, причем по инициативе социальных институций и государственных программ. Известно, какое значение отводилось скульптуре в античном полисе, а городские улицы постсоветского пространства отмечены результатами Ленинского плана «монументальной пропаганды». Объекты искусства, памятники и мемориалы всегда несли воспитательную, просветительскую, агитационно-идеологическую функцию. Они визуализировали, предлагали и транслировали социуму и каждому человеку в отдельности определенный набор идей, принятых ценностей, закрепляли их в поколениях. Увековечивание образа героя или события подразумевало однозначный смысловой посыл, отсутствие интерпретации изображения и творческого пространства. Но поскольку именно такие объекты по своему назначению взаимодействовали с большим количеством зрителей, их можно считать предшественниками современного публичного искусства.

Публичное искусство (от англ. public art – «общественное искусство»; «искусство в общественном пространстве») – произведения искусства, изготовленные в любой технике, специально запланированные и выполненные для общественного пространства. Проект публичного искусства выставляются в открытых пространствах, которые изначально могут быть не предназначены для экспозиции – городская площадь или набережная, парк или сквер, заброшенная индустриальная

зона, пустырь и т.д. Проекты паблик-арт подразумевают всеобщую доступность, рассчитаны на самую широкую аудиторию, ориентированы в том числе и на неподготовленного зрителя с невысоким уровнем «насмотренности». Таким образом, аудиторией паблик-арта может являться любой прохожий. Представляя работы вне стен традиционных выставочных пространств, их авторы расширяют территорию современного искусства, делают его доступным для большого числа зрителей. Главное преимущество паблик-арта – выход за пределы целевой музейно-галерейной зоны. Приходя в музей, зритель сам ищет искусство. В городской среде наоборот – искусство находит зрителя, нередко застаёт его врасплох. Отличие таких проектов в коммуникации не только со зрителем, но и с конкретным местом в городе, контекстная связь с выбранной площадкой [1, 2].

Проблема расширения границ своего присутствия и поиска новых форм взаимодействия со зрителем не нова. Выход искусства на улицу всегда подразумевает непосредственный и неизбежный контакт со зрителем. А концепция влияния на реальную жизнь и ее изменения через творческие акции изначально принадлежит русскому авангарду. Эстетическая и образовательная функция искусства в условиях улицы закладывалась в саму идею. Во-первых, арт-объекты своеобразно украшают общественное пространство, делают его уникальным. Во-вторых, они несут определенный посыл, а содержание подталкивает узнать больше об объекте, явлении, событии. По сути, паблик-арт как форма существования современного искусства продолжает эту традицию. Его выход в самые неожиданные публичные пространства может обозначать и метафорически визуализировать различные актуальные проблемы современности. Большинство работ несут философский подтекст или являются реакцией на острые социальные вопросы.

Наличие и плотность объектов паблик-арта зависит от готовности города к экспериментам и провокациям. Паблик-арт может появляться как «сверху», то есть с согласия и при содействии властей, так и «снизу» по инициативе горожан. Мегаполисы, имеющие славу столиц современного искусства, опираются на прямую поддержку и спонсирование властей. В ряде стран действует закон, согласно которому архитектор закладывает около 1% суммы на финансирование нового арт-объекта.

Нередко объекты паблик-арта вносятся в туристические путеводители и становятся не просто достопримечательностями, а символами городов. К примеру, в Нью-Йорке, где не одно десятилетие работает фонд поддержки публичного искусства, а большое количество его объектов позволяет составлять отдельные маршруты для арт-туристов. Паблик-арт воздействует на зрителя на другом уровне, меняет привычный ход событий, имеет, в отличие от музея, совершенно иное прочтение. Возникает ситуация взаимодействия и вовлеченности, проигрывание различных поведенческих сценариев. Публичное искусство создает эмоционально комфортную и наполненную уникальным «текстом» городскую среду. Арт-объект нередко становится смысловой доминантной локуса [3,4]. Он контактирует: привлекает внимание, интригует, провоцирует, вызывает интерес, рассказывает историю/легенду конкретного места. Вместе с тем он закладывает вектор движения, становясь частью планировки парка, двора, магистралей, торговой зоны или площади. Арт-объект становится неотъемлемой частью и органичным продолжением своего окружения. Этот критерий часто становится определяющим при выборе конкретной инсталляции и ее местоположения.

Итак, развитие современного города невозможно сегодня без планирования его культурной политики, которая, помимо создания культурного кластера и поддержания его успешного функционирования, включает в себя также реабилитацию городской среды, используя приемы современного искусства.

Свежий пример – конкурс «Жизнь в искусстве» на лучший эскиз арт-объекта для клубного дома White Khamovniki в Олсуфьевском переулке Москвы. Организаторами выступили издательский дом «Интерьер+Дизайн» и Capital Group. Конкурс собрал более 100 работ от 57 авторов, а победители объявлены 01 Июля 2020 года [5]. Главным условием конкурса было соответствие стилистике дома, созданного в концепции архитектуры как искусства. Проекты арт-инсталляций и малой архитектурной формы демонстрируют новые грани взаимодействия с архитектурой, средой, горожанами. Ключевые критерии оценки объекта – соответствие со-

временным трендам, органичная интеграция на территории жилого проекта и актуальная эстетика минимализма новой арт-инсталляции.

Классика публич-арта также наполнена яркими примерами. Проект «Облачные ворота» Аниша Капура, который установлен в Миллениум-парке Чикаго и по форме напоминает гигантскую зеркальную фасолину, под которой можно пройти. Арт-объект считается символом самолюбования и нарциссизма. Он расположен таким образом, что отражает не только горожан, но и ключевые архитектурные достопримечательности, уникальные небоскребы, исторические здания, которые в кривом зеркале выглядят по-другому, и предлагают зрителю интерпретацию городского пространства. 9-метровые пауки «Маман» Луизы Буржуа понимаются как своего рода социальная реклама «Позвоните родителям». Их копии можно встретить более, чем в десяти странах мира. Работа Джеффа Кунса «Сидящая балерина» должна привлечь внимание к проблеме обездоленных детей. А его же неоновые скульптуры «Ballon Dog», вдохновленные надувными шарами, напоминают о мимолетности и хрупкости жизни. Эпатажный миланский проект Маурицио Кателлана в виде многометровой мраморной руки в характерном вульгарном жесте выставлен перед зданием фондовой биржи, поводом создания стал очередной экономический кризис 2000-х. Работы Эрвина Вурма и Класа Ольденбурга направлены против безграничного потребления. Водопады Олафура Элиасона побывали в самых неожиданных местах Нью-Йорка, напоминая о небесноконечных водных ресурсах земли. Инсталляция Гаэтано Пеше на соборной площади в Милане – утыканное иглами гигантское кресло округлых женских форм – призвана положить конец сексизму.

Стоит отметить, что творческая интерпретация известных визуальных образов, адаптация их в городской среде может иметь очевидный успех на основании «радости узнавания». Новая трактовка переносит «раскрученные» образы классики в качестве культурного знака в новый материал. Культовый пример успешного публич-арта, растиражированного по всему миру – инсталляция Роберта Индианы в виде гигантской надписи «Love». Ее установили на 6-й авеню, одной из самых оживленных улиц Нью-Йорка. Ярко-красный цвет и крупный шрифт отсылает к поп-арту и работам Энди Уорхола, напоминая, что город Большого яблока всегда был мировой столицей поп-арта. Керамическая композиция на главной пешеходной улице Рамбла в Барселоне возле станции метро – примечательный знак на поверхности земли, выполнен по мотивам живописных полотен известного испанского художника Хуана Миро. Синтез компонентов искусства с фрагментами среды порождает новый смысловой и эстетический контекст для зрителя.

На постсоветском пространстве развитие публичных территорий, смена их назначения и смыслового контекста стала актуальной в последние два десятилетия. Открытые пространства советской эпохи использовались, в большей степени, как идеологические площадки, места проведения государственных праздников и массовых мероприятий. В монументах той эпохи присутствовал выраженный подтекст идейной пропаганды. А размещение объектов в больших общественных зонах способствовало насильственному включению идейных посланий в общественное сознание. Житель города просто не мог игнорировать восприятие политических сообщений в виде огромных бронзовых скульптур на улицах и площадях. Памятники в подавляющем большинстве отражают монументальность и стилистику социалистического реализма. Узнаваемые культурно-исторические объекты соц-арта располагаются на традиционно высоких постаментах и на больших свободных территориях. Это не только не создает у зрителя ощущения эмоциональной приобщенности к искусству, но наоборот задает дистанцирование.

Смена идеологических, социальных и культурных предпочтений способствовала появлению новых проблем в формировании визуального строя архитектурно-пространственной среды. Заметная перегруженность городских улиц средствами наружной рекламы, нередко невысокого художественного уровня, порождает визуальный шум, стилистический разнобой и создает агрессивную визуальную среду.

В этих условиях задача проектирования и формирования комфортной общественной среды подразумевает гармоничное взаимодействие архитектурных объектов с открытыми пространствами вокруг них, наполнение среды компонентами нового художественного содержания. В изменении прежних представлений об эстетическом наполнении города и его райо-

нов заключается новый вектор их развития. В современной урбанистике формирование гуманной среды поднимает вопросы создания визуально и стилистически разнообразных локусов с помощью арт-объектов. Такой подход по своей актуальности соизмерим с решением вопросов экологической реконструкции. Создание дополнительных визуальных акцентов в городской среде закрепляет ее уникальность и узнаваемость, продвигая в массовом сознании представление о возможностях современного искусства. В этом отношении большим потенциалом для приобщения людей к актуальному искусству обладают жилые кварталы новостроек, периферия города. Их архитектурно-пространственная среда довольно скудная и однообразная, с редкими выразительными ландшафтными или дизайнерскими контрапунктами. Территория не настолько разнообразна, интересна, эмоционально и визуально насыщена, как в историческом центре. Однако ее отличает дух новизны, современности и динамичности жизни. Сама атмосфера, яркое ощущение современности может быть поддержано появлением в ландшафте спальных районов художественно-выразительных уличных арт-объектов. Именно с этими территориями, где проживает основная часть населения, связаны потенциальные возможности для популяризации современных художественных ценностей и реализации замыслов молодых архитекторов и дизайнеров, художников и скульпторов. А у жителей города появляется стабильная возможность находиться в среде с актуальными художественными измерениями, которые компенсируют как историческую скудность этой среды, так и монотонность типовой застройки. Установка таких объектов в визуально «обедненной» зоне призвана активизировать ощущение позитивности новой среды для жизни.

Вместе с тем не стоит упускать из виду и воспитательную функцию данной стратегии – устойчивое формирование и развития вкуса населения. Уличное пространство способно влиять на эстетические представления населения, создавать для них ощущение визуального комфорта. При условии привлечения профессионалов, способных осознано предложить горожанам новые формы и компоненты среды без цитирования исторических аналогов или народного дворового китча. Поскольку категория массового вкуса населения требует постоянной работы по его развитию, специалисты по городской среде предлагают различные подходы к приобщению людей к искусству, разнообразят художественные материалы и техники. Выбор средств художественной выразительности определяет индивидуальность локальной среды, формирует запоминающийся образ. Новые художественные маркеры в городской среде взаимодействуют с природными компонентами ландшафта, создают устойчивый визуальный код пространства, воспринимаются публикой с интересом, а местными жителями с гордостью.

В качестве яркого примера стоит обратиться к фестивалю «Спальный район», который регулярно проходит в Москве с 2009 года. Безусловно, сравнивать опыт, проблемы и масштабы столицы Российской Федерации с любым городом постсоветского пространства, как минимум, не этично. Но однозначно полезно услышать ключевую мысль куратора этого проекта Марины Звягинцевой: «В чем для меня личностное ощущение этого проекта? Я живу на окраине. Центр где-то далеко. Как сделать так, чтобы центр находился рядом с моим домом? Перевернуть психологию. Человек живет спокойно на периферии, ездит на работу в центр, и вдруг рядом с его домом появляется что-то необычное, и уже к нему едут посмотреть это необычное, и у человека меняется отношение к своему дому. Если ко мне едут, значит, я в центре. «Спальный район» – попытка разбудить человека, который живет в «спальном» районе и думает: моя хата с краю. Это изменение психологии: от тебя что-то зависит, что, мне кажется, важно и чисто по-человечески вдохновляет. Для художников – участников проекта это важно – быть в контексте арт-процесса. И мне кажется, что еще лет пять, и подобных проектов public art станет очень много, это направление будет развиваться. Уже сейчас такие истории начинают появляться там-сям. Пройдет лет пять, и арт-объекты на улице, как и на Западе, станут нормой нашей жизни. И люди не будут спрашивать: а что такое современное искусство?» [6, с. 26].

Отдельные кураторы, творческие коллективы, инициативные группы пришли на смену прежним инициаторам и монопольным заказчикам городского визуального ряда – государственным институциям. Их усилия дали свои плоды, однако «лабораторный» опыт фестиваля далек от объективной массовой реальности.

Отмена идейных установок привела к смене концепции и эстетического подхода в формировании общественных пространств, появлению новой демонументализированной публичной скульптуры, формированию культурного диалога с «потребителем» уличного искусства. Отсутствие пьедесталов, установка фигур и объектов на одном уровне со зрителем, изменение грандиозного масштаба на соразмерных пешеходов – такие произведения появились повсеместно в городских скверах, парках, на рыночных и театральных площадях, вокзалах. При этом сохранился привычный для неискушенного зрителя реализм в трактовке образа и традиционные для городской скульптуры материалы. Величие и героизм сменились на обыденность и идеологическую нейтральность. Монументальность уступает место жанровости, а отстраненность – интерактивности. Однако сценарий взаимодействия объекта со зрителем ограничен, поскольку рамки коммуникации оказываются жестко заданными, одноплановыми и предсказуемыми. На смену пропагандистской функции приходит развлекательная. Новое искусство так стремится понравиться и удержать внимание публики, что готово заигрывать с ней. Теперь это не идеологический «протез» для общественного сознания, а просто городская достопримечательность, оригинальный «лэнд-марк», призванный придать неповторимость отдельному городскому уголку. Традиционная для соц-арта визуальная и метафорическая доминанта сменилась растворением объекта в урбанистической среде.

Не смотря на смену визуальной концепции, сам объект по-прежнему «навязывается» обществу, которое, впрочем, традиционно индифферентно. В трехсторонней системе взаимодействия между художником, курирующей институцией и городским сообществом связь осуществляется в основном по линии художник/творческий коллектив – институция. А то, что сейчас относят к паблик-арту, – большей частью либо художественные работы, выполняющие функции традиционной городской или ландшафтной скульптуры, либо проекты, пытающиеся наладить взаимосвязь искусства с конкретным местом.

Это утверждение в полной мере можно отнести к туристической достопримечательности г. Бреста – аллея фонарей на ул. Гоголя, которая насчитывает в настоящее время 41 арт-объект. Идея украсить город изделиями ручнойковки исходила от председателя Брестского горисполкома А.Н. Палышенкова после посещения ряда западноевропейских стран и обращение внимания на оформление городской инфраструктуры в европейских городах. Горисполком предложил принять участие в проекте предприятиям, концернам, объединениям, индивидуальным предпринимателям и выступить в роли меценатов.

Единая тематическая, стилистическая и художественная концепция отсутствовала изначально. Ни один из фонарей не обсуждался и не утверждался художественным советом, а проект из визуального взаимодействия в реальном пространстве не обсуждался вовсе. Было принято решение полностью довериться вкусу заказчиков и мастерству кузнецов. Поэтому все арт-объекты кардинально отличаются друг от друга не только творческим замыслом, но и уровнем технического исполнения. Видимо по этой причине установить авторство каждого объекта представляется затруднительным. Сомнительно выглядят попытки хотя бы условно систематизировать их на три группы – литературную, сюжетную и символическую. Включение логотипа предприятия через определенную художественную манеру и образное решение выглядит навязчиво, порой неуместно и разностильно. Очевидно, аллея звезд бизнеса и производства областного центра задумывалась по аналогии с аллеей кинозвезд на Голливудском бульваре в Лос-Анджелесе. У основания каждого фонаря установлена гранитная плита в виде звезды с названием имени инвестора. По поводу формы звезды и самого ее наличия сразу возникает недоумение и двусмысленность. Силуэт звезды якобы повторяет очертания центрального входа в мемориал «Брестскую крепость». Однако логотипом и известным брендом города стал силуэт башен на Холмских воротах. Очертания звезды, атрибутика мемориала и тема войны выглядят в данном случае неуместно. Вместе с тем, зная об этническом составе довоенного города и трагедии брестского гетто, выбранный символ явно напоминает гексаграмму с отрезанным углом, к тому же в красном граните выглядит неэтично.

Стоит отметить оптимистичную тенденцию в подготовке проектов паблик-арт на примере проекта «Критическая масса» [7]. Она строится на изучении истории и специфики места, анализе рейтинга места в городском пространстве, удаленности или приближенности к центру и

городским достопримечательностям, особенностях населения и прочих факторах. Междисциплинарный подход, результатом которого стало сотрудничество архитекторов/дизайнеров/художников со специалистами из других областей, например, с социологами, психологами, историками, археологами, привел к тому, что авторы стали привлекать исследователей в свои проекты или самостоятельно применять исследовательские приемы для реализации своих идей.

В рамках современного художественного процесса публике все больше отводится важная роль. Она рассматривается не как изолированный от арт-мира сторонний наблюдатель, а как полноценный его участник и в некой степени необходимый сотрудник художника. Для этой стратегии есть ряд сложившихся условий. Во-первых, паблик-арт должен иметь привязку к месту и не может быть выставлен в элитарном пространстве музея/галереи, что значительно ограничивает возможности и критерии его оценки. Стремление искусства расширить границы своего присутствия – линия, идущая еще от авангарда. Во-вторых, необходимо отметить веский современный фактор – непрерывное пополнение и обновление культурно-информационного поля. Доступность актуальной информации и социальные сети позволяют быть в курсе событий, а высказывание субъективного мнения по каждому поводу стало чуть ли не обязанностью пользователя. В этой ситуации современное искусство прочно сопряжено с мнением и признанием публикой, поэтому отсутствие публики, ее реакции и оценки указывает на отсутствие искусства. Интерактивность заложена в современном искусстве изначально, она провоцирует на контакт, рассуждение и высказывание на основе субъективного опыта и представлений, а развлекательный компонент становится дополнительным эффектом. Очевидно, что главным фактором паблик-арта выступает социальная активность, а художник берет на себя функции модератора публичного пространства. Смысловой контекст паблик-арта, таким образом, определяется взаимодействием и взаимовлиянием художника и публики.

Опыт системного подхода к внедрению паблик-арта в городское архитектурное и социальное пространство уже отмечен в крупных российских городах. Так, например, в Перми известная комплексная паблик-арт программа разворачивалась масштабно и быстро, это вызвало всплеск интереса общественности как к проектам, так и к художникам. Отношение нередко было негативным, а интерес скандальным. В специфических российских условиях проект воспринимался как навязанное низкопробное развлечение и получил большой резонанс в СМИ. Однако именно этот фактор стимулировал публичную активность и буквально визуализировал прорыв в сфере современного искусства и новый вектор культурного развития края. Крупные объекты получили положительную реакцию населения и прессы, и, как следствие, поддержку муниципальных властей и спонсоров.

Одно из главных достоинств паблик-арта – демократичность, это искусство без посредников, за ним культурно закреплён статус доступного, тактильного. В цивилизованных туристических центрах это – привычная норма. Распространенная форма бытования паблик-арта за рубежом – экспозиции в офисных зданиях и аэропортах, на площадях и вокзалах. Это не имеет ничего общего с проектами популяризации музейных картин, когда их репродукции вывешиваются в метро или на улицах как наружная реклама. Некоторые искусствоведы подобные акции называют термином «плаза-арт», в этом случае искусство демонстрируется как пафосный элемент статуса крупной корпорации, банка, бизнеса и пр.

В отечественном опыте городские арт-объекты носят преимущественно нарративно-иллюстративный (внешнее сходство с выдающейся личностью, констатация ключевого события/явления/действия/подвига и т.п.) или символический (атрибут/знак/эмблема) характер. А отношение к новшествам довольно осторожное. Более того, современное искусство традиционно занимает нишу скандального ньюсмейкера. Его негде показывать, большинство людей его не понимают и потому ненавидят, оценку получают уже готовую через СМИ, а государственная культурно-просветительная политика в этой сфере слабо развита. Традиции эти взаимосвязаны с системой академического художественного образования, которое остается глубоко консервативным. Этих же взглядов придерживаются большинство отечественных художников, которые себе мало представляют реальную ситуацию в новейшем искусстве Европы. Поэтому для отечественных граждан паблик-арт – это социальная терапия, направленная на

формирование культуры потребления современного искусства, способ изменения представлений о мире и о себе. Все громче и настойчивее звучит мысль о том, что обществу действительно можно прививать искусство и для этого нужна сильная система. Если начинать активно и неравнодушно решать эту задачу, то вырастет поколение, которому абстрактный язык монументальных объектов современного искусства в городской среде станет привычен, интересен, понятен и нужен.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котломанов, А. О. Паблик-арт: страницы истории. Современное русское искусство в общественном пространстве. Часть 1. Монументальная скульптура // Вестн. С.-Петербург. гос. ун-та. Сер. 15. Искусствоведение. – 2015. Вып. 4. – С. 55–65.
2. Котломанов, А. О. Паблик-арт: страницы истории. Современное русское искусство в общественном пространстве. Часть 2. Новые формы // Вестн. С.-Петербург. гос. ун-та. Сер. 15. Искусствоведение. – 2016. Вып. 1. – С. 64–75.
3. <https://www.interior.ru/design/9953-art-obiekt-ot-interiernoj-skulpturi-do-gorodskogo-pablik-art.html>
4. <https://cyberleninka.ru/article/n/proekty-pablik-art-kak-dialog-mezhdu-hudozhnikami-i-gorozhanami-na-primere-proekta-kriticheskaya-massa/viewer>
5. <https://www.interior.ru/design/9813-zhizni-v-iskusstve-obiavleni-pobediteli-konkursa.html>
6. Звягинцева, М. Разбудить спальные районы // Диалог искусств. – 2011. – №4. – С. 22–26.
7. <https://cyberleninka.ru/article/n/proekty-pablik-art-kak-dialog-mezhdu-hudozhnikami-i-gorozhanami-na-primere-proekta-kriticheskaya-massa/viewer>

УДК 721.012

БЕЗОПАСНОСТЬ ГОРОДСКИХ ПРОСТРАНСТВ В Г. БРЕСТЕ

Т. В. Ондра

T. Ondra

*Брестский государственный технический университет»,
Брест, Беларусь*

*Brest State Technical University,
Brest, Belarus*

The article presents arguments about the nature of urban planning and spatial phenomenon Brests quarter for CORD. However, each quarter is a unique spatial environment based on a planning module and rules of morphology. The structural similarity and architectural uniqueness, sustainability and the ability to develop embodied in the «genetic code» of the quarter is the basis of the genesis of the urban fabric and landscape, the preservation of identity in new contexts for people with disabilities. Much has been done, but more needs to be done to ensure a comfortable environment for people with disabilities.

Введение. За последние годы социальные определения и концепции инвалидности радикально изменились. Система классификации Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) перешла от выделения медицинской модели, рассматривающей инвалидность как особенность человека, до социальной модели, рассматривающей инвалидность в результате взаимодействия людей с окружающей средой.

Определение силы факторов окружающей среды, влияющей на человека, выделяет эту проблему. Подход к дизайну, который учитывает людей с функциональными ограничениями, изменился с узкого направления для удовлетворения специализированных потребностей до более инклюзивного процесса и проектирования для всех людей без ограничения.

30 марта 2007 года ООН собрала подписи 82 стран мира под первым Договором о правах