

АРХИТЕКТУРА И СТРОИТЕЛЬСТВО

Предисловие

Без сомнений, строительство жилищ как создание искусственной среды обитания - одна из древнейших на Земле человеческих задач. Ещё в первобытные времена наши предки, пытаясь защитить себя от природных стихий, делали укрытия из камня, дерева и глины, закладывая основы всего дальнейшего развития архитектуры и строительства жилья. С тех самых пор люди старались украсить свой дом, сделать его не только уютным, но и более запоминающимся. Запоминающимся своей непохожестью на жилища других.

В процессе человеческого развития архитектура и строительство оказались тесно связанными с жизнью общества, его историей, взглядами и идеологией. Возможно, именно поэтому о цивилизациях вспоминают чаще всего по оставленным ею архитектурным памятникам. Практика показывает, что лучшие по архитектуре здания и ансамбли до сих пор запоминаются как символы стран и городов.

В наше время всё больше говорят об экологическом подходе к строительству жилищ. Хочется верить, что идеи архитекторов по применению экологически чистых строительных и отделочных материалов, а также систем энергообеспечения помогут сделать среду обитания человека ещё более комфортной и безопасной.



А теперь всего три цитаты **для тех, кто занимается слоганами:**

«Архитектура - искусство не изобразительное, а созидательное. Оно не изображает предметы, а создает их. Изображать можно что угодно из любого материала и любыми методами. Строить же можно только то, что оправдывает себя в практике, т. е. наилучшее для своего времени, из тех материалов и в тех технических, художественно осознанных формах и теми методами, которые заняли свое место и процессе развития архитектуры или в результате технического прогресса» [А.К.Буров, член-корреспондент Академии строительства и архитектуры СССР, доктор технических наук].

«Архитектура правдива и жизненна не только тогда, когда она обслуживает наши бытовые нужды, но и тогда, когда она, как и другие искусства, создает живой образ, образ жизни. В её распоряжении строительный материал — камень, железо, дерево, железобетон — которому нельзя натуралистически навязывать чуждую органическую форму, не нарушая его материальной и конструктивной природы, его служебной роли в архитектурном образе.» [И.В.Жолтовский, русский и советский архитектор, художник, просветитель, крупнейший представитель ретроспективизма].

«Определённые технологические свойства материала ... и уровень строительной техники предопределяют как сам процесс строительства, так и основные размеры, облик и детали самих зданий, что даёт органически слитые с материалом архитектурные формы и только им свойственную архитектурную выразительность. Архитектурную форму нельзя рассматривать изолированно, в абстракции от материала и конструкции, овеещающих эту форму. Из этого, однако, не должно следовать, что материалы и конструкция должны господствовать над формой» [Н.Я.Колли, архитектор, один из организаторов Союза советских архитекторов].

И ещё три цитаты **для тех, кто занимается архитектурой и строительством:**

«Слоган – термин, пришедший в русский язык из английского, первоначально был распространен среди американских рекламистов. Само слово, однако, весьма древнее, происходит от гаэльского «sluagh-ghairn», что означало «боевой клич». В современном значении впервые употреблён в 1880 году. Ранее в русском языке вместо слова «слоган» употреблялось слово «лозунг», пришедшее в русский язык из немецкого и означающее «военный пароль» [www.adme.ru].

«Традиционное толкование термина «слоган» в международной рекламной практике сводится к следующему: слоган — это рекламная фраза, в кратком виде излагающая основное рекламное предложение и входящая во все сообщения в рамках рекламной кампании какого-либо товара или услуги. Обычно слоган размещается в самом конце сообщения и сопровождается именем рекламодателя или рекламируемой товарной марки. Эта позиция обусловлена тем, что главной функцией слогана является резюмирующая, — он (слоган) подводит итог всему сказанному в рекламе. Кроме того, слоган служит необходимым связующим звеном между многочисленными и многоформатными рекламными сообщениями, мелькающими на телеэкранах, в прессе, на щитах наружной рекламы, но входящими в общую рекламную кампанию. Слоган обычно появляется в каждом сообщении независимо от его формата и размера» [Ф.В.Фёдоров, ответственный секретарь издательства «Финпресс»].

«...Важно, чтобы слоган был заметным, интересным, даже неожиданным и легко запоминался. Хороший слоган - это оригинальное разрешение конфликта между максимальной информативностью сообщения и минимальным количеством слов. Это не просто забавная игра слов, а информация способная мотивировать потребителя к совершению покупки и создание слогана требует от копирайтера большого мастерства, интуиции и творческого подхода» [www.otherreferats.allbest.ru].