

**В.А. Башина; науч. рук. - М. Н. Городова**

**V. A. Bashina; scientific advisor – M. N. Gorodova**

**Архитектурные коды домов моды: трансформация фасадов в современной архитектуре**

**Architectural Codes of Fashion Houses: Continuity and Transformation of Facades in Contemporary Architecture**

**Ключевые слова:** дом моды, архитектурный код, реставрация, бренд-идентичность, современная архитектура, бутики

**Keywords:** fashion house, architectural code, restoration, brand identity, contemporary architecture, boutiques

**Аннотация:** В статье рассматривается феномен архитектурных кодов домов моды и их трансформация в современной архитектуре. Анализируются исторические фасады первых бутиков ведущих модных брендов как носители идентичности и культурных смыслов. Особое внимание уделяется тому, каким образом эти коды сохраняются, переосмысляются и интерпретируются в новых зданиях, включая флагманские бутики в крупных мегаполисах.

На примере современных объектов рассматриваются архитектурные приемы, отражающие связь с историческим наследием: работа с материалами, светом, структурой фасада и символикой бренда. Выявляются основные стратегии взаимодействия традиции и инновации — от буквальной реставрации до абстрактной интерпретации.

Статья демонстрирует, что архитектура домов моды все чаще выступает как инструмент формирования культурного кода бренда.

**Abstract:** The article examines the phenomenon of architectural codes of fashion houses and their transformation in contemporary architecture. Historical facades of early brand boutiques are analyzed as carriers of identity and cultural meaning. Special attention is paid to how these codes are preserved, reinterpreted, and transformed in new architectural projects, including flagship stores in major metropolitan areas.

The study explores architectural strategies that reflect connections to historical heritage, including materiality, light, facade structure, and brand symbolism. The paper identifies key approaches to the interaction between tradition and innovation, ranging from literal restoration to abstract reinterpretation.

The study demonstrates that the architecture of fashion houses functions as a medium for expressing and transmitting brand identity through architectural form.

Архитектурные коды домов моды: трансформация фасадов в современной архитектуре

Современная архитектура всё чаще рассматривается как носитель символических значений. Особенно ярко это проявляется в зданиях домов моды, где архитектура становится частью бренда и инструментом визуальной коммуникации.

Под «архитектурным кодом» в данном исследовании понимается совокупность устойчивых формальных, материальных и композиционных характеристик, обеспечивающих узнаваемость бренда в пространстве. Эти коды проявляются в ритме фасада, выборе материалов,

пропорциях и сценариях взаимодействия с пользователем. Они формируются на стыке архитектуры, дизайна и маркетинга, отражая ценности и эстетическую философию бренда [1] [2].

Актуальность исследования обусловлена тем, что в условиях глобализации и унификации городской среды архитектура брендов становится способом сохранения уникальности. Флагманские бутики выступают своеобразными «архитектурными манифестами», в которых соединяются традиция и инновация [3].

Обратимся к истокам, первые бутики модных домов формировались в структуре европейского города конца XIX — начала XX века, преимущественно в Париже. Они размещались в существующих зданиях и не стремились к формальному доминированию, однако именно в этих условиях складывались базовые архитектурные принципы.

К ключевым характеристикам ранних бутиков можно отнести: интеграцию в городскую ткань; фасад - витрину; внимание к материалам и деталям; выразительность интерьера как продолжения бренда. Так, ранние пространства Hermès через натуральные материалы и тактильность подчеркивали ремесленную природу бренда. Louis Vuitton акцентировал витрины как посредника между улицей и брендом. Chanel, напротив, строили архитектуру на принципах сдержанности и чистоты формы, а Dior — на театральности и сценарности пространства. Архитектурный код формировался не через форму здания, а через атмосферу, материал и взаимодействие с посетителем. Архитектура усиливала продукт, создавая ощущение эксклюзивности и доверия [2][4].

Современные интерпретации. В конце XX — начале XXI века архитектура домов моды претерпевает значительную трансформацию: здания становятся самостоятельными объектами городской репрезентации бренда.

Современные проекты демонстрируют различные стратегии интерпретации архитектурных кодов:

- Свет и материалность — здание Hermès в Токио (арх. Ренцо Пиано) использует стеклянные модули, создавая эффект рассеянного света и отсылая к традиционным японским экранам [6].
- Динамика и параметричность — бутик Louis Vuitton (арх. Дзюн Аоки) строится на многослойной стеклянной оболочке, создающей ощущение движения и текучести формы [7].
- Геометрическая трансформация — Prada в Токио (Herzog & de Meuron) представляет собой кристаллообразный объем с вариативной структурной сеткой [5].
- Минимализм и дисциплина формы — бутики Chanel используют строгую геометрию и ограниченную палитру [8].
- Орнаментальность и текстильные метафоры — фасады Dior интерпретируют ткань, складки и узоры, превращая архитектуру в подобие одежды.

Во всех случаях фасад перестает быть статичной оболочкой и становится активным медиумом. Он может функционировать как экран, структура, текстиль или символическая форма. Несмотря на различия, все решения направлены на выражение идентичности бренда через архитектуру [3][4].

Проведенный анализ показывает, что архитектура домов моды формируется как система знаков, тесно связанная с идентичностью бренда. Исторически архитектурные коды возникали в рамках городской ткани и проявлялись через детали, материалы и атмосферу. В современной архитектуре происходит их масштабирование: они переходят на уровень фасада и объема здания, становясь ключевым выразительным средством.

При этом сохраняется преемственность: коды не копируются буквально, а переосмысляются в соответствии с контекстом времени. Это позволяет рассматривать их как гибкую систему, обеспечивающую узнаваемость бренда вне зависимости от архитектурного языка [2].

Архитектура домов моды демонстрирует переход от встроенных пространств к автономным архитектурным высказываниям, сохраняя при этом внутреннюю логическую структуру и культурную идентичность [4].

Список литературы:

1. Вентури Р. Сложность и противоречие в архитектуре. — М., 2003.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей. — М., 2001.
3. Колхас Р. Content. — Köln, 2004.
4. Frampton K. Modern Architecture: A Critical History. — London, 2007.
5. Herzog & de Meuron. Prada Tokyo Epicenter. — El Croquis.
6. Renzo Piano Building Workshop. Maison Hermès, Tokyo.
7. Aoki J. Louis Vuitton Ginza Namiki.
8. Marino P. Chanel Ginza Building.