

## СОЦИАЛЬНЫЕ БЛАГА ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ И АРХИТЕКТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА ИХ ВЫРАЖЕНИЯ В МИНИМАЛИСТИЧЕСКОЙ АРХИТЕКТУРЕ

*Т. В. Гудкова*

Предметом исследования являются архитектурно-художественные средства выражения социальных благ общества потребления в минималистической архитектуре. Художественные особенности минималистической архитектуры рассматриваются как средства выражения социально значимых благ общества потребления, обеспечивающих высокое качество жизни современного человека и демонстрирующих его благосостояние.

В статье используется системный подход и интерпретационный метод обобщения знаний из различных наук, в основе которого привлечение в искусствоведение научных исследований по теории социологии и архитектуры. Во второй части статьи применяется семиотический метод описания стилеобразующих черт минималистической архитектуры на основе социальной интерпретации архитектурного пространства и содержащихся в нем форм.

В ходе исследования автором были выявлены архитектурно-художественные средства репрезентации социально-значимых ценностей общества потребления в минималистической архитектуре. На основе междисциплинарного подхода к исследованию с привлечением теории социологии и архитектуры в статье представлен анализ художественных особенностей архитектуры Минимализма, на основе которого можно сделать вывод, что язык архитектурного минимализма является художественным средством трансляции социально значимых благ общества потребления, обеспечивающих высокое качество жизни.

*Ключевые слова:* минималистическая архитектура, минимализм, минималистские коннотации в архитектуре, потребительское общество, архитектурно-художественные средства.

### **Введение**

На современном этапе развития потребительского общества, с одной стороны, в сознание индивида внедряются мысли о неотвратимом наступлении изобилия и аморальности расточительства. Аргументацией для этого являются экономические и экологические кризисы, дефицит энергетических ресурсов, массовое потребление и связанное с ним загрязнение природы, и ее чрезмерная эксплуатация. Эта тенденция выражает себя в форме антиконсюмеризма, в основе которого бережное потребление, добровольный упрощенный стиль жизни вплоть до личного отказа от материальных ценностей (аскетизма) [5, p 101]. В ответ на это консюмеристское общество, чтобы не потерять потребителя, сформировало новую группу вкусовых предпочтений индивида на основе «эко-эстетики». С другой стороны, господство наднационального консюмеризма и уравнивание в потреблении между социальными стратами привело к формированию в обществе новой группы социальных ценностей-благ, куда можно отнести, например, такие ценности как свободу, время, автономность, комфорт и прочее, олицетворяющих условия и качество существования в современном мире. Архитектуру давно приравнивали к товару и, чтобы ее продавать наравне с другими товарами, к ней применяют законы маркетинга и рекламы. Архитектурные объекты также делятся в ценовой категории от эконом-уровня (*англ. економ*) до премиум, лакшери и де-люкс (*англ. premium, luxury, deluxe*). В рамках статьи на примере минималистической архитектуры мы рассмотрим художественные средства репрезентации социальных ценностей общества потребления, создающих высокое качество жизни.

### **Социальные блага, востребованные в современном обществе**

Разработку теории потребления с точки зрения статуса начали М. Вебер (концепция статусных групп), Т. Веблен (теория престижного потребления). Позднее Дж. Бодрийяр (концепция знакового потребления) отделил знаковое потребление от традиционного, где вещи, утратившие онтологический статус и ставшие знаками, являются маркером социального статуса, «дресс-кодом», который отделяет «своих» от «чужих» [1]. В таком обществе, согласно М. Веберу, проявляется неограниченная потребность в материальном успехе, в желании испытывать удовольствие и, как следствие, — потребность в обладании, но не столько вещами, а тем, что эти вещи олицетворяют. При этом индивиды, как правило, хотя и потребляют те товары, которые имеют значение в существующей системе социально-значимых ценностей. Именно это дает человеку максимальное удовольствие в мире консюмеризма и формирует установку на дальнейшее гедонистическое потребление. Фундаментальным качеством глобального консюмеризма стало привлечение в идеологию потребления социальной сферы, которая используется для того, чтобы сделать ценности этой сферы знаками социальной дифференциации и стимулировать потребление. Такая тенденция затрагивает и массовое потребление, и элитарное.

Ничего не изменилось с тех пор, когда Дж. Леви Сидней [6] еще в середине XX века сказал, что люди покупают товары не только из-за того, что они могут это сделать, но из-за того, что они означают. Именно эта форма потребления в настоящее время дает человеку максимальное удовольствие и формирует установку на гедонистическое потребление, потому

что потребности человека в обществе консьюмеризма ориентированы не столько на товары, сколько на то, что является их олицетворением [11]. Но если в массовом потреблении в фокусе находится знаковая вещь, обладание которой повышает статус ее владельца, то в фокус элитарного потребления попадают уже не вещи, а социальные блага, доступные не многим, а вернее нехватка таких благ рождает вождление обладания. К ним, в первую очередь, относятся социальные ценности, обеспечивающие качество жизни человека и, при этом, доступные не всем, или, другими словами, являющиеся социальной нехваткой в мире консьюмеризма (по Ж. Бодрийяру): нехваткой покоя и тишины, безопасности, автономности и свободы, а также собственного пространства (личного, духовного, материального). По словам Ж. Бодрийяра, подобные нехватки стали новой роскошью и перешли в ранг знаков отличия и классовых привилегий. Среди них автор выделяет пространство, его местоположение, размеры, условия и качество существования в нем, что создается на основе такого многоаспектного понятия как «комфорт». Но не каждый индивид в урбанизированном буржуазном мире может стать обладателем вышеперечисленных благ. Для этого необходимы не только большие финансовые возможности, но и статус, занимаемый в обществе. Промышленные товары и услуги предлагаются во всем многообразии, а социальные блага, обеспечивающие высочайшее качество жизни, своим наличием провоцируют новую дифференциацию, так необходимую в современном обществе, разделенном на страты. Обладание такими социальными благами и их демонстрация стало своеобразной социальной манифестацией, визуальным заявлением потребителя о принадлежности к финансовой элите общества.

Опираясь на выделенные Ж. Бодрийяром социальные ценности, обеспечивающие комфорт в современном мире, предоставим для дальнейшего анализа социальные ассоциации связанные с этими благами (табл.1).

Архитектура в настоящее время является частью общества потребления. Ее сопровождает реклама, к ней применяются такие же законы продаж, что и к другим товарам. Реклама, направленная на стимулирование продаж, постоянно готовит сознание человека к восприятию коннотаций товаров, основанных на социально-общественной экономической дифференциации.

Если архитектура является частью консьюмеристского общества, то для того, чтобы она продавалась, она, как и любой товар, должна быть носителем коннотаций, которые востребованы в социуме, а точнее, в первую очередь, в тех социальных группах, которые считают данный товар, отражающим их социальный статус. Не миновали эти тенденции и архитектуру минимализма, хотя авторы позиционируют ее, как архитектуру сдержанности и простоты, противопоставляя гедонистическому потреблению. Но при объяснении минималистичных архитектурных решений проектировщики часто руководствуются вышеперечисленными коннотациями (табл. 1), связывая их с новыми представлениями о комфорте или высоком качестве жизни [3, р. 15]. Отсюда становится понятной популярность этой архитектуры и образа жизни, который ее сопровождает.

**Репрезентация в минималистической архитектуре социальных ценностей общества потребления, которые ориентированы на обеспечение высокого качества жизни**

Исследователи минимализма с разных точек зрения подходят к этому явлению — часть исследо-

Таблица 1

Социальные «нехватки» потребительского общества (по Ж. Бодрийяре)	Коннотация / смысловая ассоциация
Покой и тишина	Возможность уединения, полная отрешенность от внешнего мира; восстановление сенсорного баланса.
Безопасность	Закрытость и удаленность от социума.
Автономность	Изоляция от информационной агрессии городской среды, независимость от социума.
Время	Жизнь в собственном ритме, освобождение времени.
Свобода	Независимость от времени, вещей, финансов, политики; отсутствие границ.
Экологичность	«Природность» во всем (искусственное как естественное, введение в искусственную среду естественного), экономия ресурсов.
Пространство	Обладание социально-значимым материальным пространством (земля и все, что на ней в качестве собственности); простор («много воздуха») и отсутствие тесноты.
Комфорт	Личная социальная свобода (отсутствие или сведение к минимуму бытовых проблем, упрощение функций, исчезновение или расширение границ, жизнь в собственном ритме), покой и тишина, автономность (изолированность от социума), безопасность (закрытость), экологичность (экономия ресурсов и использование естественно-природного); обладание большим пространством (личным, материальным, духовным), техническая оснащенность среды обитания для создания комфорта.

вателей заостряет внимание на антиконсюмеристских чертах минимализма, а часть исследователей усматривает прямую связь с консюмеризмом.

Так, П. Вице понимает минимализм как реакцию на консюмеризм, Дж. Гланси — как критику вещизма, М. Той — как освобождение от повседневной суеты, отдых в пространстве элегантно-простоты [10]. Дж. Маркартур говорит о том, что минимализм свободен от социально-идеологических коннотаций модернизма и исторической памяти, что дает ему право называться товаром в связи с коммерциализацией культуры в позднем капитализме [7]. М. Гимшоу связывает минимализм с обществом потребления, говоря о времени его зарождения и появления именно в этот период [4]. Дж. Гланси и Р. Брайант утверждают, что минималистическая архитектура отражает новый образ жизни класса богатых, соответственно, она должна содержать в себе коннотации, которые вызывают у данной социальной группы желание совершить покупку этой архитектуры. Ч. Дженкс, обозначая минимализм в качестве буржуазной версии модернизма, считает, что концепция духовности, став товаром и являясь одной из главных в минимализме, очень хорошо продается [10].

Ф. Бертони выделил ряд формулировок ведущих архитекторов-минималистов (Т. Андо, Дж. Поусона, Г. Фронзони, М. Виньелли), которые отражают особенности образа жизни в минималистическом пространстве [2, р 56—57]:

— минималистическое архитектурное пространство создает упорядоченность жизни и уменьшает количество повседневных ритуалов, оставляя необходимый минимум (Г. Фронзони, М. Виньелли);

— ведущим качеством в таком пространстве является простота, как способ жизни (архитектор Дж. Поусон);

— уменьшая сенсорную нагрузку, создается свободная среда, которая способствует психологическому и физиологическому развитию человека (архитектор Т. Андо).

С одной стороны, такое пространство представляется как демократичное, свободное от консюмеризма. С другой стороны, архитекторы позиционируют его как пространство высокого качества жизни, содержащее в себе максимальное функциональное и технологическое удобство, пространство, которое создает условия свободы от вещей и которое может позволить себе ограниченное количество людей — материальная элита общества. И, кроме того, лицом такой архитектуры являются известные архитекторы — законодатели моды в мире архитектуры, труд которых стоит дорого.

Ф. Бертони воспринимает минимализм не только как устойчивость к потребительской культуре, но и как этику простоты, в основании которой пустота. Минимализм создает условия для: 1) мгновенного восприятия фундаментальных психологических ценностей — времени, пространства, тишины и создаваемого за счет этого покоя; 2) взгляда на иную реальность, к погружению во внутренний мир. Эти условия являются основой для создания спокойствия и простоты в этом пространстве, в основе которого умеренность во всем. Но, при этом, минимализм

является визитной карточкой такого образа жизни, который в настоящее время хорошо продается.

Ф. Бертони также отмечает изолированность минималистической архитектуры, что демонстрирует потребителю такие блага современного общества, как автономность и безопасность. Изолированность минималистической архитектурной формы, автор называет «закрытой» архитектурой. «Архитектура, созданная Луис Барраганом, Клаудио Сильвестрином, Джоном Паусоном, Тадао Андо и Питером Зумцором, отличается от зданий современного движения, которые были полностью открыты на улицу за счет больших остекленных поверхностей, своей закрытостью» [2, р 36].

Архитектурные теоретики Ф. Урспранг, А. Руби и А. Сачс трактуют автономность минималистической архитектуры через замкнутость геометрической формы, непроницаемость границ объекта. Автономность достигается за счет плотных (не разреженных) массивных стен, которые отделяют, изолируют, обособляют объект от окружающей городской или природной среды. Но, по словам авторов, архитекторы наравне с изолированностью используют прием открытой архитектурной формы, когда внутренние и внешние границы объекта растворяются, в результате чего происходит слияние с окружением (остекление фасадов во всю стену, наличие стеклянных перегородок внутри). Так, Т. Андо утверждает, что такой прием используется лишь в том случае, когда сама местность (природное окружение, атмосфера) располагает такому решению объема и пространства. «Гармонию «открытой» минималистической архитектуры с городским (многостилевым) окружением сложно решить, но можно создать в «чистом» природном окружении» [9].

Описывая минималистическую архитектуру, Ф. Урспранг, А. Руби и А. Сачс обращают внимание на то, какое значение в минимализме передается поверхностям — наличие гладких (гомогенных) высокотехнологических поверхностей (стекло, оштукатуренные поверхности в сочетании с применением высокотехнологичных материалов, дающих ровную гладкую поверхность), соединяется с необработанными, фактурными материалами без окрашивания и декорирования (бетон, дерево, металл). Особенностью является отсутствие деталей на таких поверхностях и их непрерывность (растворение границ между полом, потолком, стенами).

Основатель английского минимализма Дж. Поусон, особо подчеркивает значимость минималистического пространства, говоря о том, что в нем важны пропорции, качество (особенности) поверхностей и то, как падает и распределяется свет в этом пространстве, что приводит к ощущению его значимости/значительности и создает удовольствие от обладания им [8]. Свету в минимализме уделяется особое внимание. Проектировщики отдают предпочтение естественному свету, максимальному насыщению им пространства. Искусственный свет прячется в нишах, переломах поверхностей и также как и естественный, работая на расширение пространства, подчеркивает его пустоту.

Архитекторы-минималисты, предлагают архитектурные репрезентации покоя и тишины,

безопасности, автономности, времени, свободы, экологичности, пространства и комфорта, которые создают состояния у потребителя, переживаемые как определенные чувства и ощущения. Для того, чтобы индивид пережил эти состояния, архитекторы используют следующие архитектурно-художественные средства минималистической архитектуры (табл. 2):

### Заключение

В настоящее время сознание потребителя при помощи рекламы и СМИ подготовлено к восприятию стратификационных знаков и означаемых ими социальных благ, которые являются одновременно социальными нехватками (по Ж. Бодриару), востребованными в урбанизированном современном мире. Они, наравне с товарами и услугами, создают в сознании индивида желание обладания, потому как отражают мечты о свободе и независимости от социума, транслируют представление об успешности и социальном признании и связанным с ними повышенным, элитарным комфортом. Туда относится не только высвобождение времени за счет окружения себя техническими новинками, но и самостоятель-

ность планирования собственного времени и управления им, а также возможность уединения, создание тишины и покоя в своем личном пространстве. И чем больше этого пространства, чем сильнее проявлено расширение личных границ, создающих независимость от социума, тем более значительным представляется самому себе и социуму человек, обладающий таким пространством.

В современном мире консьюмеризма архитектурно-художественные средства Минимализма стали маркерами определения материальной ценности такой архитектуры. При помощи совокупности архитектурно-художественных средств минималистической архитектуры человек общества потребления получает «сообщение» о наличии высокого качества жизни, которую дает проживание и нахождение в таком пространстве. Поскольку социальные ценности а, именно, автономность, покой, тишина, время, свобода, экологичность, комфорт, доступны не всем в современном обществе, и являются отражением финансовой независимости, то в сознании потребителя такая архитектура прочно связывается с элитарным образом жизни, а архитектурно-художественные средства Минимализма являются его языком трансляции.

Таблица 2

Социальная ценность, обеспечивающая качество жизни человека	Переживаемые чувства и ощущения	Архитектурно-художественные средства минималистической архитектуры
Автономность	Закрытость, уединение	Изолированная автономная архитектурная форма (снаружи фасады без окон и дверей или с их минимальным наличием, максимальная открытость во внутренний двор за счет остекления во всю стену и наличия прозрачных раздвижных перегородок)
Свобода времени (время свободное от социума, личное время)	Чувство свободы от социума и обладания свободным временем	Минимум мебели и видимое отсутствие вещей, которые упорядочены и находятся в продуманных системах хранения; технически оснащенная среда обитания, позволяющая освободить время.
Экологичность	Природность, естественность, сенсорное удовольствие, чувство целостности, связи, гармонии с природной средой	Монохромные, гладкие поверхности светлых тонов (близких к белому) в сочетании с естественными фактурами, что сосредотачивает внимание на тактильном их восприятии; через окна открываются красивые виды и перспективы, включение природы в здание (сад на крыше, атриумы, двор-сад).
Свобода от ограничений (границ)	Чувство свободы, переживаемое как пространство без границ; чувство простора и отсутствия затесненности, значимость значительность пространства	Визуальное расширение пространственных границ различными средствами — стеклянные перегородки, объединяющее внутреннее пространство, и сплошное остекление внешних стен, расширяющие пространство вовне; однотонность и непрерывность светлых поверхностей, видимое отсутствие вещей и сведение мебели к минимуму, что зрительно объединяет функциональные части пространства и делает его однородным
Покой, тишина	Чувство отрешенности от внешнего, перегруженного информацией мира, с переключением на внутренний мир, переживаемое как созерцательность, покой	Пустота и простота архитектурного пространства и его поверхностей; изолированность от внешнего окружения (по внешнему периметру здания минимум окон, открытость во внутренний двор).
Комфорт	Чувство комфорта, удобства, благоустройства	Максимально технически оснащенная среда (кондиционирование, теплый пол, управление светом, доводчики, группы света, управление с пульта и т. д.), которая внешне незаметна в минималистическом пространстве

## Литература

1. Baudrillard, J. *The consumer society: myths and structures* / J. Baudrillard. — London : SAGE, 1998. Pp. 49—87. — URL: <http://cnqzu.com/library/Economics/marxian%20economics/Baudrillard,%20Jean-The%20Consumer%20Society.Myths%20and%20Structures.pdf> (date views: 22.10.2016).
2. Bertoni, F. *Minimalist Architecture* / F. Bertoni. — Basel : Birkhäuser, 2002. — pp. 56—57.
3. Glancey, J. *The New Moderns: architecture and design for living* / J. Glancey, R. Bryant. — San Francisco : Soma, 1998.
4. Grimshaw, M. (). *Soft Modernism: The World of Post-Theoretical Designer* / M. Grimshaw // *Ctheory online journal*. — 2004. — article 140. — URL: [www.ctheory.net/articles.aspx?id=418#\\_ednref24\\_](http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=418#_ednref24_) (date views: 22.10.2016).
5. Kuznetsov, D. A. Kollektivniy subekt antikonsumerizma: k postanovke problemy [Collective Subject of Anticonsumerism: Revisiting the Setting of the Problem] / D. A. Kuznetsov, M. A. Maksimov // *Philosophy and Society*. — 2013. — Vol. 2 (70). — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kollektivnyy-subekt-antikonsumerizma-k-postanovke-problemy> (date views: 22.10.2016).
6. Levy, S. J. Symbols for Sale / Sidney J. Levy // *Harvard Business Review*. — 1959. — Vol. 37 (July-August). — Pp. 117—119.
7. Macarthur, J. The look of the object: minimalism in art and architecture, then and now / J. Macarthur. // *Architectural Theory Review*. — 2002. — Vol. 7(1). — P. 137—148.
8. Pawson, J. To be minimalist ... or maximalist? / J. Pawson // *Theguardian*. — 2004 (August). — URL: [www.theguardian.com/culture/2004/apr/19/guesteditors1](http://www.theguardian.com/culture/2004/apr/19/guesteditors1) (date views: 22.10.2016).
9. Ruby I. *Minimal Architecture* / I. Ruby, A. Ruby, A. Sachs, P. Ursprung. — Munich : Prestel, 2003. — pp. 15—35.
10. Stevanovic, V. A reading of interpretative models of minimalism in architecture / V. Stevanovic // *METU JFA*. — 2013. — 30(2). P. 181—194. doi: 10.4305/METU.JFA.2013.2.10
11. Vice, P. Minimalism and the art of visual noise: in the arts and architecture / P. Vice // *Architectural Design AD*. — 1994. — Profile 110. — Vol. 64(7/8). — P. 14—17.

Поступила в редакцию 30 ноября 2016 г.

**ГУДКОВА Татьяна Валентиновна**, кандидат архитектуры, доцент, Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств (г. Новосибирск); профессор кафедры основ архитектурного проектирования, истории архитектуры и градостроительства; окончила Новосибирский архитектурно-строительный институт имени В. В. Куйбышева по специальности «Архитектура»; сфера научных интересов: архитектурно-художественный язык социальных знаков современной архитектуры; Россия. E-mail: [t.v.gudkova@mail.com](mailto:t.v.gudkova@mail.com).

**Bulletin of the South Ural State University  
Series «Social Sciences and the Humanities»  
2017, vol. 17, no. 1, pp. 104—109**

DOI: 10.14529/ssh170115

## THE SOCIAL BENEFITS OF THE CONSUMER SOCIETY, AND THE ARCHITECTURAL AND ARTISTIC MEANS OF EXPRESSION IN A MINIMALIST ARCHITECTURE

*T. V. Gudkova, Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts,  
Novosibirsk, Russian Federation, [t.v.gudkova@mail.com](mailto:t.v.gudkova@mail.com)*

The subject of research is the architectural and artistic means of expression of social benefits of the consumer society in minimalist architecture. Artistic features of the minimalist architecture are considered as means of expression of socially important amenities of the consumer society, providing a high quality of life of a modern man, and showing his well-being.

The article uses a systematic approach and the interpretative method of generalization of knowledge of various sciences, based on involvement of the history research on the theory of sociology and architecture in art. In the second part of the article a semiotic method of describing the style-forming features of the minimalist architecture based on social interpretation of architectural space and forms that contains in it is applied.

In the study, the author revealed the architectural and artistic means of representation of socially important values of a consumer society in minimalist architecture. On the basis of an interdisciplinary approach to research involving the theory of sociology and architecture the article presents the analysis of the artistic features of the architecture Minimalism, based on which it can be concluded that the language of architectural minimalism is an artistic means of broadcast of socially important goods of the consumer society, providing a high quality of life.

*Keywords: minimalist architecture, minimalism, minimalist connotation in architecture, consumer society, architectural-artistic means.*

## Referents

1. Baudrillard J. (1998). *The consumer society: myths and structures*. London: SAGE, pp.49-87. URL: <http://cnqzu.com/library/Economics/marxian%20economics/Baudrillard,%20Jean-The%20Consumer%20Society.Myths%20and%20Structures.pdf> (date views: 22.10.2016).
2. Bertoni F. (2002). *Minimalist Architecture*. Birkhäuser: Basel. pp. 56-57.
3. Glancey J., Bryant R. (1998). *The New Moderns: architecture and design for living*. San Francisco: Soma, p. 15.
4. Grimshaw M. (2004). Soft Modernism: The World of Post-Theoretical Designer. *Ctheory online journal*, article 140. URL: [www.ctheory.net/articles.aspx?id=418#\\_ednref24](http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=418#_ednref24) (date views: 22.10.2016).
5. Kuznetsov, D.A. & Maksimov M.A. (2013). Kollektivniy subekt antikonsumerizma: k postanovke problemy [Collective Subject of Anticonsumerism: Revisiting the Setting of the Problem]. *Philosophy and Society*. Vol.2 (70), p. 101. Retrieved from <http://cyberleninka.ru/article/n/kollektivnyy-subekt-antikonsyumerizma-k-postanovke-problemy> (date views: 22.10.2016).
6. Levy Sidney J. (1959). Symbols for Sale. *Harvard Business Review*. Vol. 37 (July-August), pp. 117 – 119.
7. Macarthur, J. (2002). The look of the object: minimalism in art and architecture, then and now. *Architectural Theory Review*. Vol. 7(1). pp.137-148.
8. Ruby I., Ruby A., Sachs A., Ursprung P. (2003). *Minimal Architecture*. Munich: Prestel, pp. 15-35.
9. Pawson J. To be minimalist ... or maximalist? *Theguardian*. 2004(August). URL: [www.theguardian.com/culture/2004/apr/19/guesteditors1](http://www.theguardian.com/culture/2004/apr/19/guesteditors1) (date views: 22.10.2016).
10. Stevanovic V. (2013). A reading of interpretative models of minimalism in architecture. *METU JFA*. 30(2), pp.181-194. doi: 10.4305/METU.JFA.2013.2.10
11. Vice P. (1994). Minimalism and the art of visual noise: in the arts and architecture. *Architectural Design AD*. Profile 110. Vol.64(7/8), pp. 14-17.

Received November 30, 2016