А.Д. ПОПОВ

Кандидат экономических наук, профессор, заведующий кафедры «Дизайн архитектурной среды» БГТУ им. В.Г. Шухова
e-mail: design_bgtu@mail.ru

А.А. СОЛОВЬЁВА

Студент 2 курса магистратуры кафедры «Дизайн архитектурной среды» БГТУ им. В.Г. Шухова
e-mail: anastasya.voloschina2016@yandex.ru

В.С. РЕПИНА

Студент 2 курса магистратуры кафедры «Дизайн архитектурной среды» БГТУ им. В.Г. Шухова
e-mail: wetta_r@mail.ru

A.D. POPOV

Candidate of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of «Design of Architectural Environment» BSTU named after V.G. Shukhov
e-mail: design _bgtu@mail.ru

A.A. SOLOVYOVA

2nd year master's student, department of «Design of Architectural Environment» BSTU named after V.G. Shukhov
e-mail: anastasya.voloschina2016@yandex.ru

V.S. REPINA

2nd year master's student, department of «Design of Architectural Environment» BSTU named after V.G. Shukhov
e-mail: wetta_r@mail.ru

ДИЗАЙН ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ОТКРЫТЫХ ПРОСТРАНСТВ ГОРОДА БЕЛГОРОДА

DESIGN OF VISUAL COMMUNICATIONS OF OPEN SPACES IN THE CITY OF BELGOROD

Открытые пространства задают особую атмосферу города, их организация занимает одну из ведущих позиций в комплексе формирования городского экстерьера. В статье рассматриваются основные методики создания визуальной экологии и эстетики городской среды. Подчеркивается тенденция развития гармоничных условий визуальных коммуникационных систем города, которые должны учитывать все необходимые принципы формирования среды. Отмечается необходимость разработки структурированного интегрального подхода внедрения коммуникационной системы в существующий городской режим Белгорода, который мог бы быть актуальным и работоспособным в рамках режима любого другого города.

Open spaces create a special atmosphere of the city, their organization occupies one of the leading positions in the complex of forming the urban exterior. The article presents the main methods of creating visual ecology and aesthetics of the urban environment. The tendency of the development of harmonious conditions of the visual communication systems of the city, which should take into account all the principles of the formation of the environment, is emphasized. The need to develop an integrated system for introducing a communication system into the existing urban regime of Belgorod, which can be relevant and efficient in the regime of any other city, is noted.

Ключевые слова: навигация, визуальные коммуникации, городской экстерьер.
Keywords: navigation, visual communications, urban exterior.

Формирование средового облика городского пространства является многосложным процессом. Все законы и методы архитектуры и дизайна представляют собой слагаемые, которые моделируют среду [1, с. 46]. Для правильной организации, направленной на полную гармонию и визуальную эстетику пространства, необходимо провести комплексный анализ всех существующих факторов. Городской экстерьер обязан иметь полноценный образ на любом этапе своего формирования, а также он должен быть доступным и являть собой неагрессивный характер [2, с. 60].

В силу быстрого развития городской системы общество попадает в постоянное подчинение колоссальному количеству ориентиров. Визуальные коммуникации городской среды представляют собой особую систему, направленную на осуществление передачи и обмена информацией об окружающем человека пространстве. Основные цели исследуемой системы заключаются в ее концепции, которая обязывает все элементы визуальной навигационной системы быть узнаваемыми, унифицированными и эстетичными. Визуальные коммуникации должны решать ряд определенных задач:

— исключение недостатка информации (предотвращение психологического изнурения, возникающего на фоне отсутствия достоверных фактов или их однообразия);

— полноценная ориентация в городской системе;

— регулирование закономерностей поведения общественных масс, находящихся в определенных условиях предметно-пространственной среды города.

Современное использование визуальных коммуникаций в городской среде города Белгорода в некоторых моментах воздействует негативно на общий образ города, размывает представление о нем в сознании жителей и приезжих. Главные улицы города перенасыщены рекламной информацией, фасады зданий нагружены хаотичным размещением вывесок фирм и магазинов, достопримечательности города не имеют информационных стендов, а также полностью отсутствует система указателей транзитных зон пешей направленности. Такая ситуация в конечном итоге затрудняет ориентацию людей в среде города и усложняет восприятие визуального пространства.

Для решения существующих коммуникационных проблем города Белгорода необходимо создать единое стилистическое оформление визуальных коммуникаций через формирование айдентики города. К тому же требуется правильное восприятие формата внедрения стиля и его территориальные охваты. Ради цельности стилистического восприятия всех визуальных коммуникаций нужно выдержать их единое формообразование, подходящее для различного типа коммуникаций открытых пространств города. А также необходимо разработать правильное колористическое решение, подчеркивающее образ «белого» города, опираясь на цветовое решение его символики — герба и флага, которые содержат в себе голубой, синий, желтый, красный, белый цвета. При всем этом,

благодаря цветовой организации, возможно четкое разграничение характера разрабатываемой территории [3, с. 110].

Для исследования и разработки единой структуры визуальной навигационной системы Белгорода было принято произвести анализ уже существующих визуальных коммуникаций данного города. В основе исследования рассматривалась центральная часть города, а именно главная площадь — Соборная площадь — и прилегающая к ней улица Попова. В данном районе исследования находятся жилые здания (многоквартирные и индивидуальные), образовательное здание (колледж), здания сервисного обслуживания (магазины, кафе, рестораны), здания для культурно-досуговой деятельности (торговые центры, театр, музеи, библиотеки), культовые здания (храмы, соборы), административные здания (банки), а также памятники искусства, истории и жанровые скульптуры.



Рис. 1. Визуальные коммуникации Нью-Йорка

В ходе анализа рассматривались основные взаимодействующие системы визуальной информации на данной территории, а именно: рекламная информация, вывески фирм и магазинов, знаковые указатели транзитных зон пешей направленности, система указателей транспортных маршрутов и остановочных комплексов, информационные стенды доминантных объектов, представляющих культурно-историческую ценность города.

Анализ, направленный на формирование грамотного подхода создания визуальных коммуникаций открытых пространств города, был основан на зарубежном и отечественном опытах проектирования. Достойным примером проектирования визуальных коммуникаций городской среды является опыт города Нью-Йорка. Навигационная система

города выдержана в едином стиле и предоставляет информацию об общественном транспорте, а также помогает ориентироваться пешеходам и велосипедистам. Система отображает удобные для пользователя карты с оценкой необходимого времени на путь, указывает наиболее популярные туристические маршруты и достопримечательности города (рис. 1).

Еще одним позитивным опытом проектирования визуальных коммуникаций является единая система транспортной навигации города Москвы. Для нее были разработаны индивидуальный визуальный стиль и шрифт, вдохновленный Москвой. Основные объекты города обозначены иллюстрациями и пиктограммами, а каждая линия метро имеет свой определенный цвет (рис. 2).



Рис. 2. Единая система транспортной навигации Москвы

Благодаря эмпирическому и теоретическому методам исследования, на основе наблюдений и изучении мирового опыта проектирования визуальных коммуникаций, были выявлены следующие отрицательные моменты навигационной системы центральной части Белгорода.

1. Бессистемность расположения.

2. Противоречивость стилевой организации общей застройки и в целом атмосферы среды.

3. Ошибочное функциональное размещение.

4. Отсутствие общей дизайн-концепции.

Анализ, основанный на изучении зарубежных концепций навигационных систем городской среды, позволил раскрыть полную зависимость их айдентики с общим концептуальным решением визуальных коммуникаций [4, с. 2]. Была выявлена взаимозависимость формообразования и цветового решения элементов визуальных навигационных

систем в рамках поддержания отдельных территориальных зон городского пространства [5, с. 181].

На базе проведенного исследования было выделено три основных направления проектирования элементов визуальных коммуникаций открытых пространств, зависящих непосредственно от их дизайн-концепции и функционального размещения.

1. Первое направление заключается в выделении визуальной навигации в пространстве, элемент акцентирует все внимание на себя в большей мере, чем окружающие его объекты среды. Коммуникации выступают на первый план и становятся визуальным центром пространства.

2. Второе направление выражается в формировании нового элемента с учетом стилистических черт окружающего пространства. Навигационные элементы воспринимаются как естественные объекты разрабатываемой территории.

3. Третье направление предусматривает уменьшение визуальной активности элементов, визуальные коммуникации занимают нейтральную позицию в городской среде. Данный подход позволит предотвратить визуальное дробление пространства, он подходит для территорий с перенасыщенным функциональным и визуальным характером.

При этом важно помнить, что проектирование навигационного наполнения открытых пространств необходимо осуществлять с учетом психологических, физиологических, социальных и интеллектуальных уровней взаимодействия посетителей любых групп населения [6, с. 15].

Также в ходе проведенного исследования была установлена необходимость сгенерировать подходы формирования фирменного стиля установок визуальных коммуникаций, а именно рекламной информации, фирменных и магазинных вывесок, указателей транзитных зон пешей направленности, информационных стендов для доминантных объектов и территорий города [7, с. 24].

В результате было сформировано три подхода, применимых для различных условий открытых городских пространств.

1. Выявление ключевой особенности территории городской среды и углубление в ее отличительные черты.

2. Создание и дифференциация фирменного стиля за счет развития базовых условий.

3. Комбинация условий первого и второго подхода.

Непредсказуемость, эксклюзивность, натуральность, функциональность, экологичность, интерактивность — главные тенденции, проявляющиеся в создании стиля визуальных коммуникаций городской среды. Исходя из вышеизложенного, можно выделить ключевые звенья гармоничного и безошибочного формирования дизайна визуальных коммуникаций открытых пространств города.

1. Анализ существующей ситуации.

2. Поиск метафоры.

3. Разработка айдентики города.

4. Анализ территориального зонирования города.

5. Формирование структуры внедрения визуальных коммуникаций.

6. Формообразование и колористика элементов визуальных коммуникаций.

Данный процесс организации по разработке дизайна визуальных коммуникаций будет способствовать эволюционному развитию эксплуатационных моментов, позволит предотвратить ошибочное исполнение и внедрение, а также выведет городскую среду на новый уровень взаимодействия. Объекты средового дизайна должны обладать высокими адаптивными возможностями форм, быть наиболее мобильными, что позволит им активизировать и сохранить актуальность на длительный период, а также поддерживать социокультурную и историческую конкретность. Опираясь на все вышеперечисленных аспекты формирования коммуникационных форм, возможно создать действительно правильный дизайн городской среды.

Список литературы:

1. *Шимко В.Т.* Архитектурно-дизайнерское проектирование. Основы теории. — Москва: СПЙ-принт, 2003.

2. *Иконников А.В.* Формирование городской среды / А.В. Иконников. — Москва: Стройиздат, 1973.

3. *Попов А.Д.* Графический дизайн. Учебное пособие / А.Д. Попов. — Белгород: Белгородский Государственный Технологический Университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2016. — 157 с.

4. *Горячаева Е.А., Клименко И.А.* Дизайн визуальной навигации в инфраструктуре современного города как фактор социализации личности // Гуманитарий Юга России. — 2018. — № 6, том 7. — С. 1–8.

5. *Ефимов А.В.* Колористика города. — Москва: Стройиздат, 1990. — 272 с.

6. *Эллард К.* Среда обитания: Как архитектура влияет на наше поведение и самочувствие. — Москва: Альпина Паблишер, 2017.

7. *Михайлов С.М.* Метод «фирменных стилей» в организации предметно-пространственной среды города //Дизайн и технологии. —2010. — № 17 (59). — С. 22–28.