



УДК 72.01

ДИЗАЙН-СЦЕНАРІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ МІСТА ХАРКОВА

БЛІНОВА Марія

Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова, Харків, Україна
blinova.marja@gmail.com

Дана робота присвячена аналізу поточного стану системи візуальних комунікацій у місті Харкові. В процесі дослідження було виявлено конкретні риси взаємодії візуальних комунікацій з міським середовищем у контексті існуючої міської забудови, які враховують сучасні інформаційні технології та загальний курс розвитку суспільства. На основі цього було запропоновано ідею розробки концепції дизайну візуальних комунікацій для міста Харкова, щоб забезпечити їх ефективну взаємодію з оточуючим середовищем та забезпечити розвиток міста у майбутньому.

Ключові слова: міське середовище, візуальні комунікації, інформація.

ВСТУП

Удосконалення предметно-просторового середовища міста нерозривно пов'язане із підвищенням її інформаційно-емоційного потенціалу. На сьогоднішній день необхідною та обов'язковою умовою життєдіяльності людини в сучасному місті є достатнє її забезпечення інформацією, що допомагає орієнтуватися у просторі та часі. Регулювання інформаційної насиченості архітектурного середовища міста є важливим завданням, оскільки це може вплинути на здатність людей до ефективного сприйняття інформації, а також на їх психологічний стан та якість життя.

За останні роки кількість інформації, яка надходить до нас кожен день, значно зросла завдяки розвитку технологій та зростанню кількості медіа. Це означає, що люди постійно отримують інформацію з різних джерел, таких як соціальні мережі, новинні сайти, реклама, радіо, телебачення, а також зовнішня реклама, яка оточує нас на вулицях міста.

Якщо інформаційна насиченість міста буде надто великою, то це може призводити до перевантаження інформацією та зниження якості життя людей. Надмірна кількість реклами на вулицях міста, наприклад, може викликати відчуття стресу та перенасиченості інформацією, що може призвести до зниження ефективності та збільшення ризику виникнення помилок.

Тому регулювання інформаційної насиченості архітектурного середовища міста дозволить забезпечити баланс між інформаційною насиченістю та ефективністю людей, що проживають у місті. Для цього можна



використовувати різні методи, наприклад, встановлювати обмеження на кількість реклами на вулицях, регулювати розміщення інформаційних екранів та плакатів, а також розвивати нові технології, які дозволяють показувати інформацію ефективніше. Тому особливої актуальності набувають питання взаємодії людини, інформації та міського середовища – вивчення закономірностей формування та функціонування інформаційної інфраструктури міста, створення повноцінного інформаційного середовища міста [1].

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Завданням дослідження є виявлення особливостей взаємодії дизайну візуальних комунікацій та міського середовища у існуючій містобудівній ситуації та розробка пропозицій щодо дизайн-концепції візуальних комунікацій міста Харкова.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Проблематика якісного інформаційного забезпечення міста та взаємодії візуальної інформації та міського середовища в цілому залишається недостатньо дослідженою. Інформація сама по собі дуже важлива, проте пасивна, способи її поширення, аналізу та спілкування з нею набувають вирішального значення у розвитку предметно-просторового середовища міста. Дизайн як явище сучасної цивілізації впливає на багато сфер культури, на основні її носії та предмети. Простір міського дизайну є простір безперервної комунікації і за його нинішньої високої комунікативності, особливо актуальними стають проблеми його якісної організації з урахуванням потреб людини.

Традиційно під терміном «візуальні комунікації» розуміється процес передачі та прийому інформації через оптичний канал зв'язку; специфічні засоби інформації, що полегшують орієнтацію людини у предметно-просторовому середовищі. Засобом будь-якої комунікації є знак, який може бути визначений як матеріальний об'єкт (об'ємний, плоский, світиться, що рухається) і як смислова одиниця, яка виступає в різних знакових формах: знак-літера, знак-символ, знак-пктограма. Розгорнута система знаків повсюдно використовується у міському дизайні, на транспорті, торгівлі, громадському харчуванні тощо [2].

Міська транспортна система є найбільш активним осередком людських потоків і як наслідок – концентрацією візуально-інформаційних комунікацій, які тягнуть до найбільшої кількості їх споживачів. Тому транспортна інфраструктура багато в чому збігається із візуально-інформаційною. Сам вислів «інфраструктура» наголошує, що йдеться про деяку базову систему, що пов'язує територію міста, в єдине ціле. І це означає, що всі види комунікацій та всі форми їх взаємодії повинні розглядатися не окремо, а в єдності [3].

Сьогодні виникає потреба у якісно новій просторовій організації існуючих систем транспортних та візуально-інформаційних зв'язків, маючи на увазі не лише сьогоденні, а й завтрашні потреби міста. Якщо досі ми зазвичай говоримо про те, як пов'язати між собою зони людської активності, що виникли або проєктуються, то тепер доводиться подивитися на проблему з іншого погляду - які ж «законні» вимоги ефективної комунікації до простору діяльності



городян. При найближчому розгляді існуючої системи можна відзначити хаотичність та різнохарактерність елементів візуальної комунікації, їх невідповідність місцям, що займаються в міському просторі. Їхнє графічне наповнення найчастіше є неадекватним людському сприйняттю і вступає в суперечність з поняттями естетики міського дизайну. Позитивні приклади найчастіше програють через неорганізованість загальних систем, до яких вони відносяться за функціональним призначенням. Те ж можна сказати про предметне спорядження візуальної інформації - рекламні установки, вітрини, вивіски, стенди.

З метою забезпечення оптимального зв'язку мешканців та гостей міста з довкіллям, якісної організації графічної інформації та реклами, покращення умов просторової орієнтації необхідно розробити загальну дизайн-концепцію візуальних комунікацій міста Харкова.

Як робоча гіпотеза для проектування харківської міської графіки висувається припущення, що можуть бути створені два типи міської орієнтуючої графіки, умовно названі «транспортною» та «пішохідною», - для водіїв та пішоходів. Поділ заснований на різних умовах зорового сприйняття.

«Транспортна» графіка повинна розроблятися на підставі державних дорожніх стандартів. Вона поширюється на систему ідентифікації районів та об'єктів міської структури та окремих об'єктів заміських зон. Її мета – створення оптимальних умов орієнтації у міській структурі для водіїв.

У «пішохідній» графічній програмі для Харкова можна виділити кілька напрямків:

- орієнтуюча графіка, що вирішує питання переміщень містом;
- орієнтуюча графіка, що вирішує питання візуального прояву у міському середовищі обслуговуючих об'єднань, систем, установ;
- рекламна графіка.

При цьому основними завданнями, які мають вирішуватись при розробці проектної дизайн-концепції, є:

- розкриття форм та характеру діяльності досліджуваного об'єкта, характеристика об'ємно-просторового середовища та об'єктів-носіїв графічної інформації;
- оцінка стану проблем середовищного контексту – художньої сумісності функціональної графіки з предметно-просторовим оточенням;
- аналіз архітектурно-планувального рішення, функціонально-діяльнійшої та комунікаційної ситуацій, кольорографічних та ергономічних характеристик;
- розробка та формулювання проектних завдань та здійснення дизайнерського сценування з метою насичення проєктованих структур необхідною орієнтовною інформацією;
- розробка вимог до системи візуальної комунікації (системна вбудованість, наочність демонстрації, гранично економне використання тексту тощо);



- розробка пропозицій дизайнерського рішення провідних образів та засобів, що визначають зміст проєктованого об'єкта у графічних зображеннях та пошукових макетах;

Результатом робіт має бути: проєктна дизайн-концепція, що дає чітке уявлення про художньо-графічні принципи формування об'єкта проєктування.

ВИСНОВКИ

В даний час, коли наполегливо зростає рівень інформатизації суспільства, зростає потреба в більш ефективних засобах візуальних комунікацій та способах їх організації, які б виконували не тільки утилітарну функцію донесення інформації до споживача, а й відповідали б естетичним вимогам сучасного культурного суспільства. Тому в контексті нинішньої глобалізації комунікативних процесів суспільства міський дизайн як засіб організації предметно-просторового середовища міста зазнає змін і стає самоцінним.

З метою забезпечення оптимального зв'язку мешканців та гостей міста з міським середовищем, якісної організації графічної інформації та реклами, покращення умов просторової орієнтації пропонується розробити єдину уніфіковану загальноміську систему візуальних комунікацій міста Харкова.

Перспективи продовження дослідження визначено поглибленим системним підходом до вивчення дизайну як візуальної комунікації у системі міського простору у контексті сучасного розвитку інформаційних систем міста. А також передбачається детальна розробка та впровадження в життя загальноміської системи візуальних комунікацій..

ЛІТЕРАТУРА

1. Report of the World Commission on Environment and Development "Our Common Future" 1987 UN Doc. A/42/47. 1987.
2. Авербах М. Я. Візуальні комунікації в архітектурному середовищі. *Науковий журнал «Науковий огляд»*. 2015, № 9 (19). С. 65-73.
3. Holl, S., Pallasmaa, J. Questions of Perception: Phenomenology of Architecture. William Stout Publishers, 2016. 246 p.

BLINOVA M. DESIGN SCENARIO OF THE ORGANIZATION OF VISUAL COMMUNICATIONS OF KHARKIV

This work is devoted to the analysis of the current state of the visual communications system in the city of Kharkiv. In the course of the research, specific features of the interaction of visual communications with the urban environment in the context of existing urban development were identified, which take into account modern information technologies and the general course of development of society. Based on this, the idea of developing a design concept of visual communications for the city of Kharkiv was proposed in order to ensure their effective interaction with the surrounding environment and ensure the city's development in the future.

Key words: urban environment, visual communications, information.