

ДИЗАЙНЕРСКИЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Жуманазарова Райхан

Студентка 3 курса факультета Архитектуры
КГУ имени Бердаха

Аннотация. В статье раскрываются вопросы о влиянии современных социальнотехнологических процессов на формирование визуальной среды в городской пространственной среде. Выявлены закономерности и сформулированы некоторые способы эффективного решения возникающих в связи с этим вопросов.

Ключевые слова: визуальной информации, дизайнерское оформление, брендинг места.

В данное время в развитие современного города и агломерация представляет собой сложный и многоплановый процесс, в котором задействованы кроме специалистов в области архитектуры и градостроительства, а также и специалисты в области, транспорта, коммуникаций и средового дизайна

Дизайнерское оборудование сегодня решает одну из сложнейших функциональных проблем современного города - проблему ориентации. Окружающий наш мир быстро меняется под давлением стремительно развивающейся науки, и с ним достаточно быстро меняется дизайн знаков ориентирования и идентификационный дизайн. В данное время электронный дизайн и миниатюризация открыли новую эру, в которой наше окружение меняется достаточно динамично. При этом, в некоторых случаях, дизайнерские средства моделирования городского пространства не только дополняют архитектурный образ среды, но и задают ему новые тенденции, соответствующие нашему современному темпу жизни.

На наших глазах эпоха индустриализма сменяется пост-индустриальным временем. Полностью меняется картина мира, и, в первую очередь, облик наших городов. Городская среда теряет свою индивидуальность, поэтому все крупные города становятся похожими друг на друга. Все это негативно влияет на узнаваемость, в связи с тем, что сегодня трудно найти в каждом районе какое-либо узнаваемое сооружение, которое могло бы стать определенным знаковым символом конкретной территории. Поскольку система ориентирования требует обязательного наличия определенной семантики, то житель современного города строит свою систему ориентирования, исходя не



из отсутствующих архитектурных особенностей, а руководствуясь функциональными свойствами отдельных территорий.

Развитие современного города и агломерации представляет собой сложный и многоплановый процесс, в котором задействованы кроме специалистов в области архитектуры и градостроительства, также и специалисты в области экологии, урбанизма, транспорта, коммуникаций и средового дизайна. В условиях активного развития городского строительства и насыщения городского пространства различными объектами дизайна (графика, наружная реклама, ландшафтный и световой дизайн световой и т.д.) возникла еще одна острая проблема современных крупных городов - обеспечение городского пространства важнейшими средствами визуальной коммуникации и их планировочной оси вобразной структуре города.

Дизайнерское оборудование сегодня решает одну из сложнейших функциональных проблем современного города - проблему ориентации. Решает различными способами - системой дорожных знаков и надписей, отмечающих городские узлы, районы и направления. Располагая эти знаки и указатели в определенной зрительной последовательности, и устанавливая размерные градации между важнейшими информационными установками и рядовыми знаками и комплексами, проблема ориентации в городском пространстве решается опосредованно.

Не меньшую роль в городской среде играют и другие элементы систем визуальной информации - витрины, рекламные установки, локальные информационные устройства. Количество их в современном городе достаточно велико, качество их эстетического воплощения тоже значительно, а выразительность, броскость форм и яркость цветовых предложений активны, что многие городские улицы сегодня живут «двойной» эстетической жизнью: на первом плане (в ночные часы) - дизайнерское оформление, на втором - архитектурное начало. И это двойное восприятие композиции городских ансамблей делает их образ свежее и понятнее. Дизайнерские компоненты замещают в средовой картине архитектурные детали и традиционные приемы синтеза искусств, и приближают ее к житейским нуждам горожан.

Скорости современного мира возросли, он стал сложным, разделенным на множество специализированных частей, не таким, когда города были всего нескольких километров. Теперь они разрастаются на сотни километров, но подразделяются на районы и условные секции. В пространстве, где бакалейные лавки превратились в супермаркеты, больницы - в здравоохранительные центры, а стадионы - в спортивные комплексы, система указателей становится главным и ключевым звеном, гармонично связывающим все возрастающее количество разрозненных частей.



Появившаяся новая терминология, например, «брендинг места» или «функциональное устаревание», пытается с помощью временных элементов разъяснить и адаптировать ситуацию к появившейся новой тенденции. Даже компании теперь не ассоциируются с конкретным Местом: еще совсем недавно здание, не способное служить своим первоначальным целям, просто сносилось, больше такое не практикуется. Сейчас функции здания могут изменить, добавив пристройки, а само здание реконструировать; со временем некоторые части здания подвергаются модернизации, чтобы улучшить или увеличить его функциональные свойства; иногда реконструкция подвергается все здание целиком.

Известный американский социолог Н. Глейзер утверждал, что современное городское планирование в представляет собой смесь идей Говарда и Корбюзье, и критиковал за «пригородность» такие известные комплексы, как Милл-Крик в Филадельфии, спроектированный Луисом Каном, и детройтский Лафайет-парк Мисавандер Роэ, где жилые высотки сочетались с малоэтажной рядовой застройкой в зеленой зоне. Главный аргумент Глейзера состоял в том, что крупные города отличаются от пригородов и небольших городов только размером и плотностью застройки. Они вообще другие, с неизмеримо большим богатством жизни, культурным и экономическим разнообразием. По его мнению, необходимы концепции планирования, позволяющие создавать и сохранять «характерные черты большого города, а не пригорода или маленького городка» .

В каждой специализированной зоне города отмеченные тенденции осуществляются и преломляются по-разному: в спальнях районах, особенно в тех, что обладают высоким достатком, технические и другие разработки ведут не к пестроте и насыщенности форм жизни, а к состоянию изолированности, покоя, комфорта; в примыкающих к промпредприятиям «открытых» городских территориях царит деловая атмосфера, привязанная к ведущимся здесь процессам транспортировки грузов, сырья, рабочей силы. Места отдыха горожан отчетливо делятся на два типа: насыщенные техникой, информацией, постоянным движением развлекательные центры («дисней-ленды», «луна-парки», торгово-развлекательные центры и т.п.) и тяготеющие к природным впечатлениям ландшафтно-парковые системы. Третий тип городских рекреационных пространств - примыкающие либо к общественным центрам, либо к жилой застройке, бульвары и скверы, окрашены чертами тех комплексов, которые они обслуживают.

Главное свойство городской среды - изменчивость, и поэтому неизбежно физическое, и моральное старение отдельных элементов: даже в исторической среде городского центра естественным является желание следовать моде и



меняющимся эстетическим идеалам. Зарубежный опыт демонстрирует на улицах и площадях необычные, на первый взгляд, бессмысленные предметы - поющие скульптуры, «вещи-события», акцентирующие наиболее значительные точки среды, превращающие среду в новый культурный символ места. Отмечается, также, стремление превратить ландшафтные элементы (деревья, цветочные композиции, элементы рельефа) в произведения пластического искусства, запоминающиеся, необычные, выделяющие место своим присутствием, стимулирующие воображение зрителя, предлагая ему включиться в неожиданно возникшую здесь игровую или развлекательную ситуацию. Театрализация и яркость образных решений общественных городских пространств может усиливаться, благодаря контрастному сочетанию природы и архитектуры.

Окружающий мир быстро меняется, и с ним достаточно быстро меняется дизайн знаков ориентирования и идентификационный дизайн. Уже сегодня электронный дизайн и миниатюризация открыли новую эру, в которой наше окружение динамично меняется, а человек может носить при себе средства ориентации в пространстве. Тенденции, приведшие к появлению дизайна среды, не статичны, они эволюционируют с появлением новых технологий, культурных и экономических изменений.

Хотя будущее графического дизайна среды пока сложно предсказать, уже сейчас можно с уверенностью утверждать, что придется охватывать все более широкий фронт работ и направлений. К 1990-м общество наконец смогло принять идеи философов, разрабатывающих практические примеры всеобъемлющего дизайна, объединяющего архитектуру, дизайн интерьера, выставок, графику и прочие дисциплины, вписывающиеся в окружающее пространство. Но только дизайнеры отточили свое мастерство, как ворвались новые среды, созданные виртуальной реальностью, киберпространством и «умными» материалами. Электронные и цифровые технологии будут оказывать серьезное влияние на архитектуру будущего.

Таким образом, все многообразие форм городской среды сегодня тяготеет к двум полюсам эмоционального состояния: перенаселенные насыщенные бурной деятельностью, пестротой впечатлений, но чрезвычайно привлекательные общественные и рекреационные зоны, и, относительно безлюдные, «недвижные», занятые своими делами районы жилого, промышленного и паркового характера.

Скорее всего, более рациональным и перспективным для общества будет другой путь развития городской среды - гармоничное сближение техногенного и антропогенного начал и разнонаправленных эмоций в единое экологически уравновешенное целое.



Выводы. Обобщая все вышесказанное, можно отметить тот факт, что в современной архитектурной среде крупного города сама архитектура уже не является основным носителем информативности. Это значит, что основные сведения, которые необходимы для того, чтобы получить общее впечатление о сущности какой-либо пространственной формы, и составляющие семантический уровень информации, можно получить только в комплексе архитектурно-дизайнерских средств. При этом, в некоторых случаях, дизайнерские средства моделирования городского пространства не только дополняют архитектурный образ среды, но и заново его создают.

Список литературы:

1. Шимко В.Т. Архитектурно - дизайнерское проектирование. - М.: Архитектура-С, 2004. - С.260
2. Бергер К. Путеводные знаки/Дизайн графических систем навигации. М.:РИП- Холдинг, 2005. С. 10
3. Рыбчинский В. Городской конструктор: Идеи и города / 2-е изд. М: StreIkaPress, 2014. - С. 76
4. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. СПб.: Питер, 2006. с.

