

ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ГОРОДЕ

DIGITALIZATION AND VISUAL COMMUNICATIONS IN A MODERN CITY

Н. В. ДЛОТОВСКАЯ, А. Ю. УРБАН

N. DLOTOVSKAYA, A. URBAN

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

Belarusian State University

Minsk, Belarus

e-mail: dlotovskaya@tut.by; nastya.urban.01@mail.ru

В статье рассматривается роль дизайна в формировании коммуникаций в городской среде и формировании целостного образа города. Трансформация форм и способов формирования городских визуальных коммуникаций под влиянием цифровизации.

Ключевые слова: дизайн; городское пространство; визуальные коммуникации; современные цифровые технологии.

The article discusses the role of design in the formation of communications in the urban environment and the formation of a holistic image of the city. Transformation of forms and methods of formation of urban visual communications under the influence of digitalization.

Keywords: design; urban space; visual communication; modern digital technologies.

В настоящее время в связи с динамичным изменением в сфере дизайна в сторону цифровых технологий меняется и визуальные коммуникации в городской среде, что в свою очередь меняет общий образ города. Кроме того, в целом меняется концепция градостроительства и организация жизни в городе, транспортные коммуникации, возникают крупные транспортно-коммуникационные узлы, аэропорты, вокзалы и многофункциональные торговые центры со сложной пространственной структурой, в связи с чем возникают новые потребности у жителей и гостей городов. Строятся спортивные, общественные и торгово-развлекательные центры. Организуются международные ярмарки, выставки, крупные культурные мероприятия. В исторических

центрах европейских городов создаются пешеходные и велосипедные зоны. Все это требует нового подхода к проектированию визуальных коммуникаций в городах, развития новых форм городского дизайна появлению новых средств организации предметно-пространственной среды с учётом новых цифровых технологий. Одним из таких средств являются системы визуальных коммуникаций. Визуальные коммуникации должны решать задачи обеспечения ориентации, регулирования поведения человека в конкретных предметно-пространственных ситуациях, обеспечивая человеку в среде необходимый цветоцветовой комфорт и эмоциональный настрой. К ним традиционно относят системы визуально-графических знаков, информационные табло, городскую рекламу, пиктографию, суперграфику, муралы, шрифтовые комбинации для нумерации строений, названий улиц различных указателей, системы цветового зонирования и т. п. Визуальные коммуникации – это своеобразный навигатор для потребителя, система знаков и символов локации в условиях сложных функционально-пространственных образований. «Визуальные коммуникации – это система визуально-графических знаков и решений, призванная решать задачи обеспечения ориентации, утоления информационного голода, регулирования поведения человека в конкретных предметно-пространственных ситуациях»[1, с. 384]. При этом указанные элементы визуальных коммуникаций не могут существовать вне архитектуры города и синтеза с ней и без использования новейших технологий. С развитием электронных технологий и цифровых технических средств, в городской среде стали появляться такие формы как динамическая неоновая реклама, меняющая формы городская скульптура, светомузыкальные фонтаны, анимированные витрины и вывески, всевозможные информационные телеэкраны, вечерняя архитектурно-художественная подсветка и иллюминация. Находясь в постоянном движении, изменяя свой внешний вид они внесли в городскую среду новые динамичные образы, предлагая потребителю активное участие в процессе их восприятия. Включение кинетических предметных форм и цифровых технологий в пространственную среду города отвечало веянием времени, отражающим активное освоение человечеством космоса, морских глубин, использование энергии атома развитие идей интергуманизма и других достижений научно-технического прогресса. Одним из первых видов электротехнических кинетических форм в городской среде можно считать неоновую рекламу. Первые неоновые вывески

появились в Париже еще до Первой мировой войны. Однако настоящий бум неоновой рекламы во всем мире и в особенности в США начался с 1920-х гг. 30 сентября 2003 года в центре Лондона на знаменитом углу Пиккадилли Циркус появилась 30-ти метровая неоновая рекламная вывеска *Coca-Cola*. Это самый большой билборд в Британии и самый широкий в мире. Традиционно для описания светящейся рекламы в городе обращаются к Лас-Вегасу и Нью-Йорку, и в частности, знаменитому Тайм-скверу на Бродвее. На примере последнего необходимо отметить такое новое явление как синтез архитектурного фасада и видео, так называемый «медиа-фасад». Весь фасад здания представляет собой светящийся экран, на который проектируются рекламные и другие изображения, которые периодически сменяются, изменяя внешний вид не только здания, но и площади в целом. Мы сегодня становимся свидетелями появления нового вида синтетического искусства – «кинетическая суперграфика». Таким образом, дизайн в начале XX века стал выходить на улицы города. Сначала робко в виде несколько неуклюжих карет-автомобилей, отдельных рекламных установок, киосков, почтовых ящиков, затем – стильных форм телефонных боксов, игровых и торговых автоматов, фасадной суперграфики и пиктограмм. Сегодня создаются целые ансамбли и оборудования, системы аудиовизуальной информации, специальные дизайн программы комплексной организации предметно-пространственной среды города. Пространственную среду города насыщает разнообразное оборудование, вывески, реклама, торговые витрины, динамичная суперграфика фасадов и дорожных покрытий, электронные панно и другие объекты современного городского дизайна. Они становятся неотъемлемым компонентом предметно пространственной среды современного города, определяя во многом условия ее комфортности, образно-художественные качества, оказывают существенное, порой, решающее влияние на впечатление от восприятия, на формирование образа не только отдельного и конкретного архитектурного ансамбля, но в итоге и города в целом. Все это ознаменовало возникновение нового, неизвестного ранее, синтеза архитектуры дизайна и цифровых технологий. Причем этот синтез сегодня можно наблюдать на различных уровнях пространственной организации города, начиная от отдельных предметных форм архитектурных сооружений и ансамблей, кончая градостроительными структурами, тем самым определяя предметные границы дизайна города, его иерархическую структуру.

Проектирует эти предметные формы и оборудование дизайнер, вооруженный новой проектной методикой, достижениями эргономики, знаниями новых материалов и технологий индустриального производства и новых цифровых технологий. Это стало революционным моментом в истории организации предметно-пространственной среды города.

Проектирование систем визуальных коммуникаций сейчас находится на стыке промышленного, графического, средового дизайна, синтезируя приемы и объекты всех сфер и не мыслится без новейших цифровых технологий. Навигация в городе одна из областей где активно применяются новейшие цифровые средства – это продуманная и интуитивно понятная система знаков и других визуальных элементов, помогающая легко ориентироваться в пространстве города. По сути, это язык, на котором город разговаривает с людьми; система адресных табличек, указателей, вывесок, электронных табло, информационных блоков и установок, с помощью которых человек получает информацию.

В городской среде графический дизайн является посредником в визуальной коммуникации. Его задачей считается выделение определенного сообщения из общего потока, привлечение внимания именно к нему. Ввиду постоянного повышения объема информации у городского человека вырабатывается механизм защиты, фильтра сообщений из окружающей среды и деления их на важные и второстепенные. В связи с этим в индустрии графического дизайна смещаются акценты: эстетический компонент отходит на второй план, а ведущими становятся тенденции к провокации и броскости, благодаря которым объекты графического дизайна выбиваются из общей информационной парадигмы. Графический дизайн плотно интегрировался в структуру города, так что на сегодняшний день невозможно себе представить городское пространство без него. Дизайн выходит в пространственную среду города, образуя тем самым новейшие виды проектно-художественного синтеза. Цифровизация, как качественно новое изменение в графическом дизайне городской среды поможет развить новые отрасли в сфере художественно-изобразительных приёмов, смысловых характеристик архитектурных форм и выделить необходимую информацию.

Жизнь современного человека выходит за рамки биометрических часов, поэтому активность в мегаполисе не заканчивается с насту-

плением темноты. Город живет 24 часа в сутки и ночные часы очень ценны. Например, зимой световой день достаточно короткий, поэтому, чтобы продлить жизнь города, необходимо внедрение современных световых и цифровых технологий. Световая отрасль является одной из наиболее востребованных при организации городского пространства. Современные технологии позволяют использовать свет как инструмент искусства, графического компьютерного дизайна и доступную навигацию. В последнее время во избежание ошибок, над проектами визуальных коммуникаций городов работают команды дизайнеров, архитекторов, светотехников, программистов. Разрабатываются и утверждаются планы по художественному оформлению иллюминации, подбираются наиболее удачные варианты архитектурной подсветки. Здесь важно учитывать комплексный подход, добиваться гармонии цветовых решений. Установки света необходимо использовать с периодичностью, с определенным ритмом – это создаст эффект целенаправленности и законченности образа, поможет выделить главное из общего потока информации. Правильно спроектированные световые решения придают комфорт жилым домам, привлекают внимание к фасадам исторических архитектурных строений – музеев, храмов, памятников архитектуры. Правильно установленные осветительные приборы и информационные блоки создают чувство безопасности и человек может уверенно передвигаться по городу в темное время суток.

Под воздействием цифровых технологий происходят изменения и в области применения и видах функции света и динамической рекламы в вечерних городах. В настоящее время произошёл значительный сдвиг в сторону цифровизации всех областей дизайн-деятельности. Этот сдвиг оказал существенное влияние и на дизайн городских коммуникаций.

В пресс-релизе от 19.12.2022 *WDO (World Design Organization – Всемирная Дизайнерская Организация, приемник ICSID)* «Развитие дизайна от классических продуктов к основанному на дизайне данных и технологий» говорится, что за десятилетний период (2010–2020 гг.) оборот в области цифрового дизайна значительно вырос. Дизайн-индустрия состоит из разработки и производства программного обеспечения, а также компаний игровой индустрии. В Финляндии, например, в 2020 году оборот этих компаний вырос до 9,1 млрд евро, в них работает 44 000 сотрудников. За десять лет оборот от-

расли вырос на 143 %.» [2]. Такие изменения влияют на все сферы дизайна и в том числе на дизайн-проектирование визуальных коммуникаций для городской среды. При этом проектировщики должны помнить, что это всего лишь новое средство в наборе инструментов дизайнера, а не самоцель.

В городской среде дизайн выполняет аксиологическую, коммуникативную, экологическую, адаптационную, воспитательную, художественную функции. Городской дизайн – средство, позволяющее в вещественных формах донести до потребителя высокие культурные и гуманистические ценности. «Дизайн может и должен быть ценностным проектированием, ориентированным на реализацию достаточно устойчивых и авторитетных ценностей, способным в образах проектируемой среды воспроизводить прообразы высокой социальной культуры» [3]. Визуальная среда воздействует на социокультурные коммуникации, процессы жизнедеятельности, мировоззрение людей.

Формирует среду для жизни, и в первую очередь человеческую активность в ней, образ жизни потребителей, влияет на образ действий, даже регулируют настроение, состояние как отдельного человека, так и сообщества в целом, а также формируют культуру потребления, ценностные и мировоззренческие установки. Средствами дизайна в городском пространстве возможно показать истинные ценности, приобщить к прекрасному, формировать эстетический вкус горожан обратить внимание на проблему и привлечь к ее активному решению, формировать культуру рационального потребления, минимизировать визуальный шум или сделать не столь агрессивным внешний вид техногенных объектов, повысить экологическую грамотность людей, формировать привычки экологического поведения, пропагандировать активный и здоровый образ жизни. В результате формируются составляющие культуры: знание и представление о взаимосвязи человека и общества, представление о взаимосвязи человека и природы; отношение к природе как к ценности; что определяет характер целей взаимодействия, включает экологическую этику и общую культуру поведения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Дашкевич О. В.* Визуальные коммуникации в городской среде : матер. конф. // Наука – образованию, производству, экономике. Т. 2. Минск : БНТУ, 2013. С. 384–386

2. WDO. Cities for better world [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ornamo.fi/en/press-release/design-advances-from-classic-products-to-design-driven-data-and-technology-business/> (дата обращения: 27.03.2023).
3. Малые архитектурные формы [Электронный ресурс]. URL: <https://remontpodomy.ru/kommunikaczii/ustanovka-maf-chto-eto-malye-arhitekturnye-formy-novye-resheniya-staryh-problem> (дата обращения: 27.03.2023).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ

MODERN TECHNOLOGIES IN DESIGN

Я. Ю. ЛЕНСУ

Y. LENSU

Белорусская государственная академия искусств

Минск Беларусь

Belarusian State Academy of Arts

Minsk, Belarus

e-mail: lensu50@inbox.ru

Рассматриваются перспективы использования новых технологий в зарубежном и отечественном дизайне. Раскрываются возможности, которые дают дизайнерам новые технологии для создания оригинальных и эстетически ценных форм промышленных изделий.

Ключевые слова: дизайн; дизайнерское проектирование; предметное формообразование; новые технологии; промышленное производство; научные исследования.

The article discusses prospects for use of new technologies in foreign and domestic design. The article reveals possibilities that provide designers with new technologies to create original and esthetically valuable forms of industrial products.

Keywords: design; design engineering; object forming; new technologies; industrial production; scientific research.

В XXI в. производственные технологии во всем мире сделали гигантские шаги вперед. В настоящее время, пользуясь современными