

«Сейфуллин окулары – 16: Жаңа формациядағы жастар ғылыми – Қазақстанның болашағы» атты халықаралық ғылыми-теориялық конференциясының материалдары = Материалы Международной научно-теоретической конференции «Сейфуллинские чтения – 16: Молодежная наука новой формации – будущее Казахстана». - 2020. - Т.1, Ч.3 - С.70-71

КОММУНИКАТИВНЫЙ ДИЗАЙН В АРХИТЕКТУРНОЙ СРЕДЕ КАК ОТДЕЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДИЗАЙНА

Коломейчук А.Ф.

Сегодня большое внимание уделяется проектированию пространства среды. Одним из актуальных элементов структурирования пространства являются носители информации, знаки визуальной коммуникации, представляющие человеку различные данные. Визуальные информационные системы охватывают широкий спектр проблем: способствуют ориентации, оценке эстетических и эмоциональных особенностей окружающего пространства.

«Коммуникативный дизайн — это функциональная сфера дизайна, направленная на передачу сообщения посредством визуальных объектов» [1]. Эта передача осуществляется при помощи визуальных графических средств. Действительно, любая реклама, товарный знак, WEB-сайт, оформленная витрина несут в себе определенную информацию для потребителя.

Коммуникативный дизайн порой отождествляется с графическим дизайном, что, по сути, не совсем верно. «Графический дизайн является прародителем. Это - широкое направление, тем не менее, выделение из него в конце XX века коммуникативного дизайна не случайно» [2]. Дело в том, что специалист, занимающийся последним, должен уметь не только графически передать информацию, но и грамотно разместить ее в пространстве большого города (суперграфика на транспорте, оформление фасадов домов, витрин магазинов и т. д.). Ему необходимо знать как методы графического дизайна, так и вообще весь комплекс методов визуального общения с клиентом. Коммуникативный - значит, связывающий одно с другим, передающий сообщение от человека к человеку.



Коммуникационный дизайн непосредственно взаимодействует со средой города, создавая определенную атмосферу, которая в свою очередь,

становится отличительной особенностью улиц города, закладывая тем самым определенный дизайн-код.

«Дизайн-код — это правила и рекомендации, с помощью которых можно сформировать стилистически единую, комфортную и безопасную городскую среду» [3]. Т. е. дизайн-код города является продуктом коммуникативного дизайна. Параметры единого архитектурного стиля прописаны в Законе РК «Об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности». Документ регламентирует детали оформления и застройки городских пространств.

СТРУКТУРА ДИЗАЙН-КОДА

КЛАССИФИКАЦИЯ УЛИЧНО-ДОРОЖНОЙ СЕТИ

МАГИСТРАЛЬНАЯ УЛИЦА ОБЩЕГОРОДСКОГО ЗНАЧЕНИЯ НЕПРЕРЫВНОГО ДВИЖЕНИЯ	МАГИСТРАЛЬНАЯ УЛИЦА ОБЩЕГОРОДСКОГО ЗНАЧЕНИЯ РЕГУЛИРУЕМОГО ДВИЖЕНИЯ	МАГИСТРАЛЬНАЯ УЛИЦА РАЙОННОГО ЗНАЧЕНИЯ РЕГУЛИРУЕМОГО ДВИЖЕНИЯ	УЛИЦЫ МЕСТНОГО ЗНАЧЕНИЯ
----------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------	----------------------------

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ЗОНИРОВАНИЕ УЛИЧНО-ДОРОЖНОЙ СЕТИ

ПЕШЕХОДНАЯ ЗОНА	ЗОНА ТРАНЗИТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ТРАНСПОРТНОГО И ПЕШЕХОДНОГО ДВИЖЕНИЯ	РАЗДЕЛИТЕЛЬНАЯ ПОЛОСА	ЗОНА ФОРМИРОВАНИЯ АРХИТЕКТУРНО- ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБЛИКА ГОРОДА
-----------------	-----------------------------------------------------------------------------	--------------------------	------------------------------------------------------------------------

ЭЛЕМЕНТЫ БЛАГОУСТРОЙСТВА ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЗОН

• ПОКРЫТИЯ	• ОЗЕЛЕНЕНИЕ	• НЕКАПИТАЛЬНЫЕ ОБЪЕКТЫ	• ОСВЕЩЕНИЕ
------------	--------------	----------------------------	-------------

ОФОРМЛЕНИЕ ФАСАДОВ ЗДАНИЙ

КОЛОРИСТИКА ФАСАДОВ	ТЕХНИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ ФАСАДОВ	ВХОДНЫЕ ГРУППЫ	ИНФОРМАЦИОННО- РЕКЛАМНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ФАСАДОВ
---------------------	---------------------------------	----------------	-------------------------------------------------

Еще одна отличительная черта коммуникативного дизайна как современного направления - это взаимосвязь специализаций. Дизайн рекламы, полиграфический, компьютерный и WEB-дизайн, фотодизайн, промграфика и упаковка - все они в качестве инструментария используют информационные технологии. Столь широкое применение в этой области последних достижений техники вполне объяснимо.

С ростом городов и развитием технологий коммуникативный дизайн стал сложной сетью включающей в себя визуальные и цифровые информационные системы. Визуальные информационные системы охватывают широкий спектр проблем: способствуют ориентации, оценке эстетических и эмоциональных особенностей окружающего пространства. «Цифровая сеть выступает, как базовая организационная форма коммуникационной технологии представляет собой совокупность узлов и импульсов, где ядром коммуникации является код» [4]. Город, как сложный гибридный организм, имеет способность впитывать в себя всевозможные коды: культурные, социальные, генетический код человека, код ключевой технологии. В современное время все больше стабильный, исторически сложившийся город, приобретает эфемерный характер, открывая свои новые измерения и пространства, видимые через карту маршрутов GPS, web-

камеры, соединенные в сеть, через наш личный опыт: цифровое фото и видео.

Человеческая деятельность осуществляется в пространстве и времени, в социальном окружении и имеет материальную форму выражения. Городские пространства формируются под воздействием многих факторов и на протяжении длительных периодов времени. Коммуникативный дизайн отвечает не только за процессы преобразования внешнего образа города, но и его трансформацию, а также обновление ритма жизни.

Таким образом можно сделать вывод что коммуникационный дизайн - это отдельная сфера дизайна включающая в себя довольно обширное поле деятельности, главной функцией которого является связать информацию с образным мышлением человека, т.е. донести её через визуальные объекты в пространстве.

Список литературы

1. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. - СПб.: Питер, 2004. -205 с.Боумен У.
2. Графическое представление информации.- М.: Мир, 1971.- 227 с.
3. Глазычев В. Дизайн как он есть. 2-е изд., доп. - М.: Европа, 2006.- 320 с.
4. Николаева Ж.В. Основы теории коммуникации: учебно-методическое пособие для студентов. Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2004. 274 с.
5. Dance F., Larson C. The Functions of Human Communication: -A Theoretical Approach. N. Y. Holt, Rinehart & Winston, 1976. - 206 p.