

Секция. Графический дизайн

Жангелова Дидара Мауленовна

магистр

Казахской головной архитектурно-строительной академии

г. Алматы, Республика Казахстан

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОСТРАНСТВА ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ АЛМАТЫ

Статья посвящается изучению графической составляющей визуальных коммуникаций. Под графической составляющей подразумевается система визуально-графических знаков и решений. Визуальные коммуникации призваны решать такие задачи как ориентация в пространстве города, регулирования поведения человека в определенных предметно пространственных условиях, а также решает проблему недостатка информации для масс, тем самым помогая предотвратить психологическое истощение от однообразия и отсутствия достоверных данных. К системе визуальных коммуникаций относятся: информация, навигация, реклама [1, с. 25-28; 2, с. 124-135; 3, с. 302-307; 4, с. 223-228; 5, с. 12-19; 6, с. 2-6].

Актуальность исследования. Исследование визуальных коммуникаций в городской среде имеет междисциплинарный характер, так как его невозможно отделить от изучения феномена городской среды. Сами по себе визуальные коммуникации составляют визуальную среду пространства города и являются главнейшими компонентами общего целого.

Целью статьи является изучение роли и эффективности использования визуальных коммуникаций в городской среде по данным собранным в г. Алматы.

Материал и методы исследования: анализ добровольного анонимного анкетирования. Анкета содержала 10 вопросов.

Результаты и обсуждение. В качестве независимого объекта городская среда начала изучаться еще в далеком XVIII веке в Европе. Тем временем, анализируя бесчисленные обстоятельства, образующие в сумме городскую среду, можно сделать вывод, что при формировании городской среды мало внимания уделялось самому внешнему виду городских пространств. Элементы визуальной среды городского пространства наряду с сооружениями и элементами малых архитектурных форм представляет неотделимую часть. Визуальные коммуникации в городской среде сознательно и неосознанно воспринимаются человеком и составляют огромный пласт межпространственной среды, которая в будущем облегчает существование и ориентацию человека в городе.

В последнее время, когда все больше внимание уделяется исследованию визуального мышления, визуальной культуры и визуальности в целом, область изучения визуальной среды имеет особую значимость. Поскольку окружающая среда и самосознание человека связаны и взаимозависимы друг от друга. Процессы, протекающие в обществе, являются причиной и следствием окружающей нас среды и демонстрируют социальный инструмент, который в тоже время влияет на общественные отношения, формирует модели поведения, воздействует на самочувствие и психологические установки горожан. Хотя окружающее пространство, будь то визуальное или любое другое, не единственный фактор, определяющий и складывающий взаимодействие людей друг с другом и со средой обитания в целом, оно вносит значительный вклад в формирование городской идентичности. Своеобразие общественного мировоззрения и образа жизни каждой эпохи истории передается в частности пространством города, что говорит о важности данного исследования.

Важно понимать, что физическое пространство города способно продуцировать чувства комфорта, гармонии, удовлетворенности человеком окружающей средой или же вызывать чувство отчужденности, загрязненности, хаоса.

Визуальная среда города, характеризующаяся сооружениями, элементами малых архитектурных форм и пространственной организацией города, не только индивидуальна, но и имеет тенденцию к постепенному и постоянному развитию в долгом промежутке времени, что делает невозможным гибкое изменение с течением времени и с использованием актуальных знаний. В этом случае визуальные коммуникации, также являющиеся элементом визуального пространства города, имеют ряд преимуществ и могут как скрадывать, так и наоборот усиливать воздействие отрицательных сторон окружающей среды на человека.

Современное использование визуальных коммуникаций в городской среде города Алматы иногда воздействует негативно на общий образ города, размывает представление о нем в сознании жителей и приезжих. Что в конечном итоге затрудняет ориентацию людей в пространстве городского мегаполиса, а также усложняет восприятие визуального пространства. По данным опроса 100 приезжих людей в город Алматы: 74% испытывают затруднения в ориентации по городу, в поиске конкретных адресов предприятий, учебных и медицинских учреждений, магазинов, а 67% опрошенных испытывают сильный стресс от огромного количества надписей, что затрудняет поиск нужного адреса и вызывает дискомфорт у 83% опрошенных.

Исследование визуальных коммуникаций в городском пространстве в дальнейшем окажет помощь в создании города в котором людям будет приятно жить, сделает его более удобным и комфортным.

Необходимо отметить увеличение печатной продукции, а также мобильных приложений в визуальной среде города Алматы, которая

являясь одним из видов средообразующей деятельности в городском пространстве, имеет способность мобильно и гибко подстраиваться под нужды людей. Это обстоятельство предполагает, что визуальные коммуникации могут стать главными средообразующими элементами городской среды.

Таким образом, актуальность данного исследования заключается в недостаточности исследований на тему взаимодействия визуальных коммуникаций в пространстве города с поведением людей, что диктует необходимость в изучении проблемы воздействия средств визуальных коммуникаций в городской среде, в том числе в условиях мегаполиса города Алматы.

Литература

1. Кашкабаш Т.В. Особенности восприятия визуально-коммуникативного пространства Москвы / Т.В. Кашкабаш // Наука и бизнес: пути развития. – 2013. – № 10 (28). – С. 25-28.
2. Лобанова А. С. «Да, не в тему, но красиво же, красиво!»: Восприятие Городского Пространства Жителями Йошкар-Олы // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2014. – т. 17. – №4 (45). – С. 124-135.
3. Мельникова О.В. Комплексный анализ формирования студентами «образа города» на основе метода семантического дифференциала / О. В. Мельникова // Вестник гражданских инженеров. – 2014. – №3 (44). – С. 302-307.
4. Badita A. Urban Image Analysis Through Visual Surveys. Craiova City (Romania) as a Case Study Study / A. Badita, L. Popescu // Forum geografic. – 2012. – Vol. XI. – Issue 2. – P. 223-228.
5. Копцева Н.П., Кистова А.В.. Конструирование этнокультурной и общенациональной идентичности как философская проблема /

Философия и культура.-2015.-№ 1.-С. 12-19. DOI: 10.7256/1999-2793.2015.1.10695

6. Закон Республики Казахстан "Об административно-территориальном устройстве Республики Казахстан", пункт 4 статья 13 от 8 декабря 1993 года. - С. 2-6.