

УДК 72.01

**Н.П.Позднякова,**  
*аспірант, асистент кафедри архітектурного і  
ландшафтного проектування ХНАГХ*

## **АРХИТЕКТУРНАЯ ПЛАСТИКА КАК ЧАСТЬ ВИЗУАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ИСТОРИЧЕСКИХ ГОРОДОВ**

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы, связанные с особенностями взаимодействия архитектурной пластики исторической застройки как носителя информации и современных средств визуально-информационной системы города.

Ключевые слова: визуально-информационная система, архитектурная пластика, городская среда.

*Постановка проблемы.* Одной из проблем современной урбанизации является насыщение городского пространства необходимыми объектами информации, а также переизбыток коммерческой визуальной информации в городе. Существует проблема адаптации современных средств информации в исторически сложившейся городской среде. Современный город немыслим без развитой визуально-информационной системы, при этом национальные, культурные и религиозные особенности придают ей характерные, индивидуальные черты.

В современных тенденциях информационного оснащения расширяются объемы и способы подачи информации пространства, что приводит к эволюции в психологии восприятия информации. Информация становится главным элементом общественной жизни города и фундаментальным ресурсом.

Информационное оснащение городской среды чаще всего встраивается в сложившуюся городскую среду, соседствует с архитектурой, дополняет ее, но зачастую выступает как диссонирующее дополнение. Это существенно усложняет задачу проектировщиков, требует гибкости, нахождения компромиссных решений с учетом конкретных условий.

*Анализ последних исследований и публикаций,* свидетельствует про огромный научный интерес к этой проблеме. Среди наиболее близких по тематике работ можно выделить диссертационное исследование В. Б. Устина «Визуальная информация в эстетическом формировании городской среды (опыт исследования художественного решения информационных систем)»[1]. На основе детального анализа практического и теоретического опыта, выявлены объективные закономерности художественного решения

размещенных в городской среде информационных объектов, рассмотрены особенности художественно-образного языка визуальной информации, задачи, методы построения его ансамблевой композиции. В различных аспектах данной проблематики касались в своих научных трудах такие авторы как: С. О. Хан-Магомедов[2], А. В. Иконников [3], Сазиков О. В.[4], Нагорный П. А. [5] М. В. Бевза [6], Беляева Е.Л. [7], Шимко В.Т.[8], Сараф М.Я. [9], Богачева Н.М. [10], Рач В.А. [11], А. А. Тиц[12] и многие другие.

*Изложение основного материала.* Язык визуального сообщения и рекламы имеет тысячелетнюю историю. Визуальная информация появилась вместе с сознательной деятельностью человека. Уже тысячелетия назад архитектурные сооружения, их стилистика и символичность несли четкую информацию о сооружении. Позже с развитием архитектуры сооружения-символы изменились, усложнились каноны их строительства. Они уже не только несли информацию о себе (оборонительные сооружения, храмы, дворцы, жилые постройки) или даже сообщали условную классификацию (например, в мечети количество минаретов говорит об ее иерархическом уровне в мусульманском мире), но и передавали дополнительную информацию, связанную с окружающим пространством. Так, по расположению православного храма и ориентации его крестов можно определить стороны света. Форма архитектурных сооружений и их расположение в пространстве, количество и взаимодействие визуально воспринимаемых элементов, свет и цвет издавна служили источниками информации. С течением времени, накапливаясь и усложняясь, информационные элементы постепенно выстраивались в визуально-информационную систему. Для того, чтобы дать оценку развитию визуально-информационной системы в городах со средневековой историей, необходимо особо выделить два факта.

В средние века в европейских городах уже сложилась некоторая система информирования о товарах и услугах в виде вывесок на лавках, магазинах, мастерских. Первые рекламные элементы носили в основном предметный характер (сапоги, бублики, ножницы и т. д.). С другой стороны, сама архитектура служила четким информационным ориентиром, как для жителя города, так и для приезжего, подсказывая, где происходит основной торгово-обменный процесс.

С развитием информационной системы изменились также эстетические, художественные критерии. В результате постепенного ухода от монументальных форм ведущим направлением развития стало использование повторяющихся по форме конструкций с периодически сменяющейся информацией. Новые технологии позволили стандартизировать процессы,

сделав многократно повторяющиеся конструкции и визуальные образы привычной атрибутикой городского пейзажа.

Возникновение информационной структуры города формируется через способность визуальных объектов распространять содержание и смысл этих объектов. Носители информации – элементы и структуры архитектурной среды – передают сообщение через геометрические, семантические и эстетические характеристики. Сущность пространства может быть трактована как текстуальная интерпретация обозначенных характеристик. То есть архитектурная среда образует в восприятии человека некую совокупность сообщений, понимаемых как текст. К геометрическим характеристикам можно отнести текст пространства, сообщаемый особенностями линий, ритмом, пропорциями, соотношениями объемов. Семантические качества пространства содержат знаковый, смысловой, символический подтекст. Эстетическое наполнение среды передает сообщения на эмоциональном и чувственном уровне.

В основе пластической информации лежит наглядное восприятие реальной формы. Поэтому основным выразительным средством в архитектуре является пластика во всех её проявлениях. [12].

Современное состояние построения системы визуальной информации в определяющей степени зависит от градостроительной основы самого города. Здесь можно увидеть два принципиально разных типа градостроительного и архитектурного решения.

Первый тип – это города, имеющие глубокие исторические корни, где сама основа (обычно ядро города - его центральная часть) уникальна и имеет неповторимую культурно-историческую ценность. Поддержание, сохранение облика города и его уникальной составляющей исторической части – безусловное требование ко всему виду работ и элементов, влияющих на формирование внешнего облика, а соответственно, к системе визуальной информации. В этих городах, в их исторической части, вторжение визуальных элементов, как правило, строго регламентируется. Является предметом серьезных обсуждений, как в профессиональных кругах, так и среди общественности. Обычно элементы визуальной информации в этих случаях делятся на два вида: уникальные (по существу сами объекты - художественные произведения) и повторяющиеся, имеющие нейтральный характер, не входящие в конфликт с историческим окружением (их создание требует высочайшего профессионализма). Города с историческим ядром в основном обладают и новыми архитектурными сооружениями, территория которых значительно превышает площадь памятников архитектуры. Здесь активно и даже агрессивно развивается визуально-информационная система. Она уже становится

самостоятельной структурой городской системы, беря на себя ответственность за эстетическое качество среды.

К другому типу городов, чья визуально-информационная система отличается от первой группы, можно отнести те, градостроительное решение которых формировалось в XX-XI веках. Здесь становление и формирование города происходило одновременно с созданием современной визуально-информационной системой. И в этом случае информационные системы могут даже формировать облик города, отдельных участков городской среды (пешеходные улицы) и даже самих зданий, где информационное пространство определяет облик зданий. Здесь негативная сторона в том, что более динамичная, более активная в своем развитии система пытается «подчинить» себе архитектуру. Но нельзя сводить все многообразие взаимосвязи визуально-информационной системы и типов городов только к этим принципам. Национальные, культурные, религиозные основы вносят определённые коррективы, благодаря которым города мира, их облик практически не повторяются.

Но во всем многообразии решений, художественном облике, градостроительном и архитектурном соответствии есть одна особая группа стран и городов. Новый этап в развитии городов на постсоветском пространстве стал подлинным переворотом визуально-информационной системы по сравнению с советским периодом. Но существующее положение говорит скорее об отсутствии единой визуально-информационной системы. Активно используются любые поверхности и крыши зданий без ограничения видов рекламных конструкций (за исключением официальных государственных учреждений и культовых сооружений). Это приводит к тому, что большая часть исторической застройки теряет свои информационные, эстетические и композиционные характеристики. Происходит визуальное разрушение архитектурной среды города. В целом заметно отсутствие реализованного системного проекта: нет стилового единства. Размещение в городе рекламно-информационных носителей во многом носит случайный, фрагментарный характер (перекресток, часть улицы и т. д.). Общее состояние городской визуально-информационной системы можно охарактеризовать как период «накопления», за которым должен последовать процесс «упорядочения», или систематизации.

*Выводы.* Для улучшения качества визуально-информационной системы в городе необходимо выделить зоны градостроительного регулирования. Размещение рекламноносителей ограничить строго в соответствии с градостроительными требованиями каждой зоны, с учетом общепринятых мировых стандартов. Такой подход позволил остановить наступление

крупноразмерных рекламных щитов на исторический центр города и затем следует перейти к сокращению их числа. Официальное утверждение зон «умолчания» - панорамных видов, территорий исторических ландшафтно-архитектурных ансамблей, где запрещено внедрение активных рекламных элементов, - важный и принципиально новый момент в формировании визуально-информационной системы города. Нельзя применять рекламно-информационные приемы и элементы, подходящие для использования во вновь застраиваемых кварталах, на территориях исторически ценной застройки и сложившихся архитектурных ансамблей. Важным и перспективным «соединением» является взаимодействие систем светового и цветового оформления города, отдельных городских территорий, комплексов и зданий, со светоцветовыми информационными конструкциями. Дополняя друг друга, эти системы способны гармонизировать среду в соответствии с современными представлениями о комфортности.

Также необходимо выработать новый подход к проектированию городской среды - визуально-информационная система должна стать полноправной составляющей всего градостроительного процесса, а не дополнением к существующей архитектуре. В сфере наружной рекламы должны произойти перемены, связанные с унификацией рекламоносителей и выработкой нормативов их размещения.

Самое главное изменение – включение в установленный в традиционный перечень разделов проекта полноценного информационного блока. Подобный подход уже не редкость как при проектировании отдельных зданий и сооружений (торговые и развлекательные центры, кинозалы и т. д.), так и при создании жилых и деловых комплексов. Не менее важным становится включение в проекты комплексного благоустройства отдельных городских территорий и города в целом проектных предложений по созданию и модернизации элементов наружной рекламы.

#### Литература

1. Устин В.Б. Визуальная информация в эстетическом формировании городской среды (опыт исследования художественного решения информационных систем). Дис. канд. искусствоведения / В.Б. Устин. – М., 1984. – 173 с.
2. Хан-Магомедов С. О. О роли элементов дизайна в формировании художественного облика городской среды: опыт истории и некоторые проблемы / С. О. Хан-Магомедов // Техническая эстетика. – 1980. – № 6. – С. 11-13.

3. Иконников А. В. О “правдивости” форм предметно-пространственной среды /А.В. Иконников // Техническая эстетика. – 1981. – № 6. – С. 6-11.
4. Сазиков О.В. Проблемы дизайна исторически сложившейся городской среды: Дис. ... канд. искусствоведения / О.В. Сазиков; МГХПУ им. С.Г. Строганова. – М., 2000. – 128 с., 30 ил.
5. Нагорний П.А. Дизайн архітектурного середовища історичних кварталів міста: Автореф. дис. ... канд. архітектури: 18.00.01 / П.А. Нагорний; Харків. держ. технічний ун-т будівництва та архітектури. – Х., 2004. – 23 с.
6. Бевз М.В. Архітектурно-містобудівне середовище центру історичного міста: ергодизайнерський аспект // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: Зб. наук. пр. / За ред. Даниленка В.Я. – Харків: ХДАДМ, 2005. – № 8. – 112 с.
7. Беляева Е.Л. Дизайн в современной среде города / Е.Л. Беляева // Техническая эстетика. – 1980. – № 6. – С. 16-19.
8. Шимко В.Т. Что такое «ДАС»? / В.Т. Шимко // АСД/АСД. – 2003. – № 3. – С. 68-71.
9. Сараф М.Я. Эстетические принципы пластического формообразования (опит анализа теоретических концепций): Автореф. дис. канд. фил. наук. – М.:МГУ, 1968. – 13 с.
10. Богачева Н.М. Эстетические проблемы рекламы: Автореф. дис... канд. философских наук / Н.М. Багачева; МГУ им. Ломоносова. – М., 1968. – 21с.
11. Рач В.А. Візуалізація інформації: психологічний та організаційний аспекти /В.А. Рач. – Луганськ, 2000. – 160 с.
12. Тиц А.А., Воробьява Е.В. Пластический язык архитектуры. – М.: Строиздат, 1986. – 312 с.: ил.

#### Анотація

У статті розглядаються питання, пов'язані з особливостями взаємодії архітектурної пластики історичної забудови як носія інформації й сучасних засобів візуально-інформаційної системи міста.

Ключові слова: візуально-інформаційна система, архітектурна пластика, міське середовище.

#### Annotation

This article discusses issues related to the interaction of the architectural plastic of historical buildings as a carrier of information and modern means of visual-information system of the city.

Key words: visual-information system, architectural, plastic, urban environment.