

**Саньков Петр Николаевич**

*кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры архитектуры Государственное Высшее Учебное Заведение «Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры»*

**Харченко Екатерина Сергеевна**

*кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры архитектурного проектирования и дизайна*

*Государственное Высшее Учебное Заведение «Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры»*

**Быков Вячеслав Аркадьевич**

*студент архитектурного факультета*

*Государственное Высшее Учебное Заведение «Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры»*

**Иванов Дмитрий Владиславович**

*студент архитектурного факультета*

*Государственное Высшее Учебное Заведение «Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры»*

**San'kov P. N.**

*Ph.D., Associate Professor, Department of Architecture State Higher Education Establishment «Prydneprovskaya State Academy of Civing Engineering and Architecture»*

**Kharchenko K. S.**

*Ph.D., Associate Professor, Department of architectural designing and design State Higher Education Establishment «Prydneprovskaya State Academy of Civing*

**Bykov V. A**

*Student of architectural faculty State Higher Education Establishment «Prydneprovskaya State Academy of Civing Engineering and Architecture»*

**Ivanov D. V.**

*Student of architectural faculty State Higher Education Establishment «Prydneprovskaya State Academy of Civing Engineering and Architecture»*

**РАЗМЕЩЕНИЕ И ОФОРМЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВЫВЕСОК  
НА ФАСАДАХ ЗДАНИЙ  
THE PLACEMENT AND DESIGN OF INFORMATION SIGNS  
ON FACADES OF BUILDINGS**

*Аннотация: В современных городах существует проблема разнообразия колористических и дизайнерских решений вывесок и способов по их размещению на фасадах зданий. Причиной этого является отсутствие определенных рекомендаций по оформлению вывесок, экономических соображениях и малой зоны ответственности современных проектировщиков. В последствии, происходит дисгармония композиции фасада здания и восприятия улицы в целом.*

*Ключевые слова: инфографика, дизайн малых форм, дизайн городской среды, информационные вывески, указатели, внешняя реклама.*

*Summary: In the modern cities there is a problem of a variety of coloristic and design solutions of signs and ways on their placement on facades of buildings. Absence of certain recommendations about registration of signs, economic reasons and a small zone of responsibility of modern designers is the reason of it. In a consequence, there is a disharmony of composition of a facade of the building and perception of the street in general.*

*Key words: Infographics, design of small forms, design of an urban environment, information signs, indexes, external advertising.*

**Введение:** Ежедневно человек воспринимает большой объем информации и с годами этот поток растет, но особенность в том, что мозг человека не в состоянии обрабатывать такой разнообразный и перенасыщенный поток информации. Это негативно сказывается на деятельности человека, и социума в целом. Идет переизбыток информации повышается усталость и в какой-то момент мозг отвечает на это сопротивлением, информация перестает усваиваться вплоть до потери памяти. Зная это, некоторые люди сознательно ограничивают себя от рекламы, избегая и не замечая ее вовсе. Если фасады зданий обязаны иметь паспорт отделки, разработанный согласно картам колористики улицы, входящим в проект генерального плана города; то вывески и реклама таким требованиям не подчиняются — соответственно обесценивают все усилия архитекторов, так как вывески существуют совершенно независимо и часто согласуются только по месту расположения.[7] На сегодняшний день сложилась такая ситуация, когда нет понятных и объективных критериев оценки качества и отбора стационарных вывесок на зданиях и отдельно стоящих рекламных конструкций, а временные мобильные стенды вообще остаются ни кем не учтенными.

**Проблема:** Проблема загруженности улиц городов информационными конструкциями, дает о себе знать и неблагоприятно влияет на жителей городов и на городскую среду. Проблема заключается в разнообразии колористических и дизайнерских решений вывесок и способов по их размещению на фасадах зданий.

**Цель:** Разработать рекомендации по размещению и оформлению информационных вывесок, не нарушающих композицию фасадов зданий и целостное восприятие пространства улицы.

#### **Основной материал:**

##### **Задачи:**

- проанализировать методы размещения и оформления вывесок;

- предложить рекомендации по оформлению информационных вывесок с учетом композиции и колористического решения фасадов зданий.

**Объект исследования:** Композиционные закономерности построения фасадов зданий.

**Предмет исследования:** Информационные вывески.

##### **Термины:**

**Вывеска** — это надпись, иногда с какими-нибудь изображениями, у магазинов, торговых-промышленных предприятий, ремеслен-

ных заведений, указывающая характер деятельности и назначения.[4]

**Внешняя реклама** — это реклама, которая размещается на специальных временных и стационарных конструкциях — рекламоносителях, которые размещаются в открытом пространстве а также на фасадах зданий, сооружениях, элементах городского оборудования, над проезжей частью улиц и дорог. [2]

**Зеленая зона** — специальная область на фасаде здания, отведенная для размещения вывески.[4]

**Инфографика** — это графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и четко преподнести сложную информацию. [5]

##### **Зарубежный опыт:**

В 2006 году мэр города Сан — Пауло подписал так называемый «Закон о чистом городе», согласно которому все наружная реклама объявляется вне закона, включая рекламу на рекламных щитах, транспорте и перед магазинами. В течении года было демонтировано 15 000 рекламных щитов. Владельцы магазинов должны были уменьшить размеры вывесок для соответствия требованиям закона. В опросе, проведенном в 2011 году среди 11 миллионов жителей, 70 процентов положительно высказались о запрете наружной рекламы. Неожиданным оказался тот факт, что удаление логотипов и слоганов открыло для обозрения ранее недоступную взору архитектуру, раскрывая, таким образом городскую красоту. По словам Винисиуса Гальвао, репортера крупнейшей бразильской газеты «Фола де Сан Пауло», «моей старой точкой отсчета был большой рекламный щит фирмы Панасоник. А теперь моей новой точкой отсчета является здание в стило арт-деко, которое раньше было закрыто массивным рекламным знаком. Так что теперь появятся новые точки отсчета. У города появился новый язык и новая идентичность».[3] Таким образом, отсутствие рекламы привело к проявлению архитектуры города и сохранению первоначального замысла архитектурного образа зданий, улиц и всего города в целом.

Перед олимпиадой в Лондоне, на улицах города было установлено несколько мусорных баков с гармоничным и аккуратным дизайном, которые оборудованы LCD-мониторами (Рис. 1)

Главным предназначением мониторов было предоставление информации местного и мирового масштаба. Прохожие имели возможность узнать о последних экономических или спортивных новостях, о наличии велосипедов в ближайшем пункте проката или о погоде на ближайшие время. [6]



Рис. 1 Мусорный бак, оборудованный LCD-монитором. [6]

Общие рекомендации:

Можно заметить, что хороший и качественный дизайн вывески свидетельствует о престиже и уровне магазина, офиса и т.п.

Организация конкурсов по дизайну вывесок поможет сформировать комплекс типологических решений по оформлению наружной рекламы. Также это ознакомление студентов архитектурных факультетов на уровне обучения, а также жителей города о необходимости сохранения целостности композиции фасадов зданий.

Рекомендации по размещению вывесок:

- Создание оптимальной зоны (Рис. 2) размещения вывесок (зеленая зона), а так же их габаритов и стилистических решений для нескольких магазинов, которые находятся не далеко друг от друга. Это приведет к сохранению гармонии городского пространства.

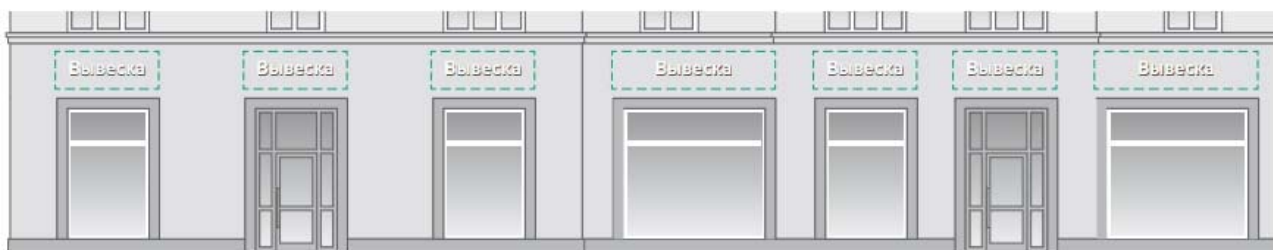


Рис. 2 Оптимальная зона размещения вывески [1]

- На фасадах зданий стоит размещать вывески в «зеленых зонах» (Рис. 3).

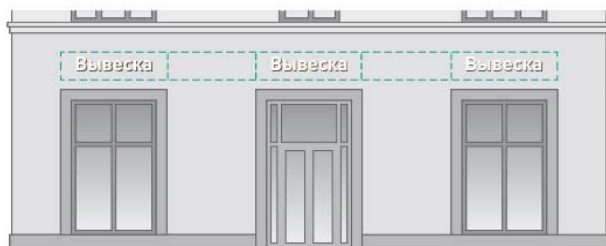


Рис. 3. «Зеленая зона» [1]

- Очертания зеленой зоны вписываются в форму конструкций и элементов декора здания. (Рис. 4)



Зеленая зона повторяет форму арки

Зеленая зона повторяет форму навеса

Рис. 4 Очертания зеленой зоны [1]

- Вывески нужно подчинять элементам фасада и основным композиционным осям здания. (Рис. 4)

- При размещении новой вывески, необходимо учитывать расположение и дизайн уже существующих вывесок в пределах фасада здания. (Рис. 5)

Большинство исторических зданий не приспособлено для размещения на них вывесок и наружной рекламы. В таком случае, в качестве вывесок и информационных знаков можно использовать отдельно стоящие указатели, малые архитектурные формы возле входов в магазины и т.п. Это сохранит композицию фасада за счет отсутствия прямого контакта вывески со зданием.

Рекомендации по дизайну вывесок:

- Использование консольных пространственных конструкций и сетчатых элементов для создания более легкой и изящной композиции вывески.

- Стоит обратить внимание на инфографику и типографику при разработке дизайна вывесок. А именно использование не только заглавных, но и строчных букв.

- Подложка или подоснова вывески может быть из прозрачного или полупрозрачного материала. Это предотвратит перекрытие элементов здания и его конструкций, что в свою очередь сохранит целостность фасада здания.



Рис. 5 Учет дизайна окружающих вывесок [1]

Перспективы развития данной темы:

- Создание рекомендаций по размещению и дизайну вывесок обеспечивающих их оптимальное восприятие.
- Разработка типологических вариантов вывесок.
- Подбор материалов и конструкция для наружной рекламы.
- Использование принципов инфографики и типографики при разработке дизайна вывесок.

**Заключение:** Чаще всего информационные вывески размещаются без внимания к деталям в окружающей среде. Информационные конструкции решаются локально без представления полной картины того, как будет выглядеть фасад здания и среда в целом, и разработки ансамбля из наружной рекламы. Скорее всего, что в будущем, если не будет увеличена зона ответственности современных проектировщиков, то увеличится загруженность городской среды рекламой с некорректным решением её дизайна

### Литература:

1. Архитектурно-художественная концепция внешнего облика улиц магистралей и территорий города Москвы выполненная в пилотном режиме (в части размещения информационных конструкций), Студия Артемия Лебедева, ГУП «ГлавАПУ Москомархитектуры», Москва, 2013 г. — 63 с.
2. Закон Украины про рекламу, статья 1
3. www.newdream.org «Five Years after Banning Outdoor Ads Brazil's Largest City is More Vibrant Than Even» by Amy Curtis
4. «Винокур Г. О., проф.Ларин Б. А.,Ожегов С. И.,Томашевский Б. В., проф.Ушаков Д. Н. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Ушакова Д. Н. — М.:Государственный институт «Советская энциклопедия»;ОГИЗ (т. 1);

Государственное издательство иностранных и национальных словарей (т. 2-4), 1935—1940. —45 000 экз.(2-е издание словаря вышло в1947—1948 годах.) Словарь содержит85289слов.

5. История мира в инфографике. — М.: Альпина Паблишер, 2014

6. Информационные мусорные баки в Лондоне, re-actor.net, 2012 г., <http://re-actor.net/hi-tech/5059-infomationals-garbage-beans.html#ixzz3T3uKxJMQ>

7. Информационный мусор и типовая застройка — не пора ли остановиться? Андрей Гаврюшкин, доцент кафедры дизайна НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2014 г., <http://novgorod.me/live/1284/>

### References:

1. Architectural — art concept appearance of streets and highways of the city of Moscow made in pilot mode (in part of placement of information structures), Artemiy Lebedev Art Studio, SUE «GlavAPU Moscomarchitecture», Moscow, 2013 — 63.
2. The Law of Ukraine on advertising, article 1.
3. www.newdream.org «Five Years after Banning Outdoor Ads Brazil's Largest City is More Vibrant Than Even» by Amy Curtis
4. «Winokur G. O., prof.Larin BA, Ozhegov SI, Tomaszewski BV, prof.Ushakov D. N.Tolkovy Russian dictionary: In 4 t. / Ed. Ushakov DN-M.: State Institute «Soviet Encyclopedia»; OGIZ (vol.

1), State Publishing House of foreign and national dictionaries (Vol. 2-4), 1935-1940. -45 000 copies. (2 nd edition of the dictionary came v1947-1948 years.) The dictionary contains 85,289 words.

5. History of the World in infographics. -M.: Alpina Publisher, 2014

6. Information trash cans in London, re-actor.net, 2012, <http://re-actor.net/hi-tech/5059-infomationals-garbage-beans.html#ixzz3T3uKxJMQ>

7. Information garbage and standard building — whether is time to stop? Andrey Gavryushkin, the associate professor of design of NOVGU of Yaroslav the Wise, 2014, <http://novgorod.me/live/1284/>