

Платонов Є.О.

студент,

Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕСТЕТИКИ МІСТА КИЄВА

У контексті міста графічний дизайн є посередником у візуальній комунікації. Його продукт – це певна інформація, яку необхідно донести до глядача, проте щодня вона тоне у морі «інформаційного шуму». Зовнішній вигляд міста формують як історичні, так і сучасні будівлі. На нього впливає маса дрібниць: вигляд транспорту, міської навігації, постерів, упаковка, білборди, тощо. Сьогодні все більше і більше можна побачити у місті типографічної продукції, що псує естетичну картину та загальне враження про фасади вулиць. Оформлення міського середовища на сучасному етапі розвитку урбанізації є актуальною проблемою, за допомогою якої вирішується багато інших проблем урбаністичної культури, зокрема збереження візуально чистого простору, в якому найбільш активно реалізує своє призначення людина.

У широкий науковий обіг поняття «міське середовище» (environment) увійшло нещодавно. Воно вміщує в себе багатий спектр параметрів міської інфраструктури та міського тексту культури, що складається не тільки з географічного розташування міста і навколишнього простору, але також з його архітектурної та просторової впорядкованості. Формування міського тексту культури ґрунтується на культурних традиціях і соціальних цінностях, на історичному минулому і проекції цього минулого в сьогодення, а також на багатьох інших соціокультурних аспектах. Окресленим проблемам вивчення дисциплін дизайнерського спрямування при підготовці майбутніх фахівців художньо-графічних відділень у свій час було присвячено творчо-пошукові дослідження та низка публікацій провідних зарубіжних і вітчизняних науковців, художників, педагогів: В. Вазареллі, Е. Лісцького, О. Екстер, М.К. Ешера, І. Іттена, В. Кандінського, П. Клеє, К. Малевича та ін. Означена проблема певною мірою стосується дизайну сучасного міського середовища, однак при цьому сфери застосування, особливості використання різних засобів дизайнерського вторгнення в простір міста та його значення для психологічного стану мешканців залишаються вивченими недостатньо. Між тим саме воно відповідає за чистоту духовних устремлень та забезпечує

здорові взаємовідносини людини зі світом. Безпосередньо зазначені проблеми є пріоритетними у контексті вивчення дисциплін дизайнерського спрямування. Активізація художньо-естетичних факторів сприятиме формуванню професійної підготовки майбутніх художників, дизайнерів, які здатні не лише сприймати, розуміти, а й творити власні продукти, втілювати творчі моделі в архітектурному середовищі. Сучасний фахівець має оволодіти професійними якостями, що стануть орієнтиром у майбутній дизайнерській, педагогічній діяльності та нададуть можливості розвиватися уяві й удосконалюватися на основі знання, розуміння і збереження певних традицій.

Метою статті є визначення актуальності оформлення сучасного міського середовища в контексті створення естетично комфортного простору для людини та виявлення шляхів розвитку дизайнерського мислення студентів графічного відділення в процесі освоєння проблем оформлення міського середовища у системі дисциплін дизайнерського циклу.

На думку Девіда Гібсона [5] у дизайнерів з'явилася можливість дати власну оцінку тому, що відбувається з міським середовищем. І визначити, що потрібно зробити, щоб її покращити.

Суттєвим в оформленні міського середовища можна вважати саме пошук найбільш виразних для конкретного міста прийомів створення неповторних зон, які могли б позитивно впливати на психологічний стан людини. Малі архітектурні форми, виконані з використанням народних традицій, орнаментики та символіки, завдяки своєму масштабу, а також національному і характерному декоративному вирішенню, сприяють «олюдненню» житлової групи, надають їй неповторних рис і здатні створювати тій настрій, який сприяє розумінню цінності національної культурної традиції. На думку О.С. Крилатової [1], дизайнерські проекти, створювані на основі етнічно орієнтованих принципів, вимагають з'єднання таких найважливіших для дизайну категорій, як «людина – середовище – час», з одного боку, і «народ – історія – культура», з іншого. Складність їх поєднання полягає в тому, що етнічна культура, яка реалізується в людській діяльності, фокусується у формах переважно колективного досвіду етносу – його традиціях. Досвід же нового покоління, навпаки, являє собою новації та спрямований у майбутнє, на розвиток і втілення цих новацій у практиці навчання з дисциплін дизайнерського спрямування, зокрема. Так, останніми часами в українських містах розповсюджується такий вид сучасного мистецтва як муралізм, який знаходиться на межі між графіті та декоративно-

монументальними розписами. При всієї неоднозначності даного засобу декорування стін міських будівель мурал стає популярним, і вже виробляється деякий місцевий стиль, спостерігаються переваги в тематиці. Поступово іноземні образи витісняються українськими етнічними мотивами.

Дизайн – це свідомі та інтуїтивні зусилля задля створення значимого порядку [3]. Дизайн має бути виразним. У 1739 році американський скульптор Горацио Гріноу першим оголосив, що «форма слідує за функцією».

Вид нашого міста болісно знівечений безліччю вивісок і написів на будинках, зроблених буквами некоректної величини. Часто буває так, що через такі величезні букви всюди не сприймаються самі звичайні слова. Майже всі шрифти, що нам трапляються, не комплектні або не стандартизовані. Причина ганебної якості майже всіх шрифтів, що використовуються на вулицях, зовні і всередині будинків, полягає в нестачі хороших зразків. Художник забуває про найголовніше: що потрібно вибирати шрифт, відповідний поставленому завданню. Звичайно, можна розглядати шрифти у відриві від їх призначення, але не можна ніяку форму шрифту, навіть хорошу, застосовувати без оглядки на архітектуру.

Шрифт має відповідати своєму призначенню і оточенню. Перш за все, слід розрізнити шрифти, що будуть служити довго, і ті, термін служби яких буде коротким. Сьогодні кітч зустрічається у місті Києві на кожному кроці та спотворює його. Написи на вивісках магазинів є елементом архітектури: вони висять довго, іноді десятиліттями, тому їх форма має бути благородною і красивою.

Це зовсім не просте завдання. Тому, хто хоче робити шрифти для будівель (а магазини – це частина будівель), має бути ясно, що його шрифт стане елементом загального вигляду цього будинку і, таким чином, важливою частиною образу всього міста. Як зазначає Я. Чихольд [4], всі написи на будівлях мають переконливо вписуватися в їх архітектуру, бути прикрасою будинків і магазинів, прикрасою, без якого важко обійтися, про втрату якої шкодують.

Там, де цінується почуття міри та вміння органічно вписатися в загальний вигляд міста, досить закликати до розсудливості. Там, де ці чесноти менше розвинені, міська влада має контролювати помітні для публіки написи, піклуватися про ті, які зроблені з справжнім смаком, і перешкоджати навіть невеликому неподобству. Тепер вже недостатньо

старовинних приписів магістрату про те, якого розміру повинна бути вивіска. Цим має займатися влада, що складатиметься з незалежних художників-шрифтарів високого класу або архітекторів, які вправно використовують шрифти. Образ всього міста за кілька років відчутно зміниться.

Хороший дизайнер має чітко усвідомлювати масштаби проблеми, знати і розуміти характеристики місця, бути досвідченим і вправним в інформаційному плануванні, використанні шрифтів, кольору та створенні тривимірних форм. Також він має орієнтуватися в інших дизайнерських дисциплінах – вміти використовувати архітектуру, ландшафтний дизайн, промисловий дизайн, дизайн інтер'єру, брендинг і освітлення для створення функціонального і цілісного рішення [5].

Розглянуті аспекти та специфіка перспектив у проектуванні міського простору в сфері сучасного дизайну передбачають поступове переосмислення підготовки майбутніх дизайнерів з метою збереження емоційно-інформативних, художньо-композиційних ознак простору. В умовах глобалізації дизайн міського середовища знаходиться у процесі пошуків нових засобів виразності. Використання етнічних мотивів надає рис неповторності й унікальності художній образності в будь-якому міському просторі. Зазначені напрями дослідження можуть виявитися плідними в діяльності майбутніх дизайнерів, оскільки роль національної складової, вдосконалення методів проектування, трансформації та стилізації обумовлює рівень культурного розвитку дизайну міського середовища в умовах глобалізаційних процесів.

Список використаних джерел:

1. Крилатова О.С. Проектування міського архітектурного середовища в аспекті культурологічної складової (на прикладі етнодизайну): веб-сайт. URL: <http://nauka.zinet.info/26/krylatova.php>
2. Чечельницький С. Визуальная экология в применении к исследованию архитектурной среды. Постановка проблемы // Теорія та історія архітектури. Вип. 1, 2, 3. Харків, 2008. С. 261-264.
3. Папанек В. Дизайн для реального мира. 4-е изд. Москва: Издатель Д. Аронов, 2012. С. 276-305.
4. Чихольд Я. Образцы Шрифтов. Москва: Издательство Студия Артемия Лебедева, 2012. С. 5-47.
5. Рогалев Е. Прямая речь: Дизайнер городской среды Дэвид Гибсон о своих проектах и киевской карте метро: веб-сайт. URL: <https://www.the-village.ru/village/city/public-space/112217-gibson>