

Сохацкая Д. Г., Меньшикова В. А.
D. G. Sokhatskaya, V. A. Menshikova

ДИЗАЙН-КОД КАК СПОСОБ ПРОЯВЛЕНИЯ ИМИДЖА ГОРОДА

DESIGN CODE AS A WAY TO DISPLAY THE IMAGE OF THE CITY

Сохацкая Дарья Геннадьевна – доцент кафедры «Дизайн архитектурной среды» Комсомольского-на-Амуре государственного университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре); 681013, Хабаровский край, г. Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27. E-mail: amurliman-design@yandex.ru.

Daria G. Sokhatskaya – Associate Professor, Design of Architectural Environment Department, Komsomolsk-na-Amure State University (Russia, Komsomolsk-on-Amur); 681013, Khabarovsk Territory, Komsomolsk-on-Amur, Lenin ave., 27. E-mail: amurliman-design@yandex.ru.

Меньшикова Валентина Александровна – студентка 5-го курса кафедры «Дизайн архитектурной среды» Комсомольского-на-Амуре государственного университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре); 681013, Россия, Хабаровский край, г. Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27. E-mail: valentina.menshikova.1998@mail.ru.

Valentina A. Menshikova – Student, Design of Architectural Environment Department, Komsomolsk-na-Amure State University (Russia, Komsomolsk-on-Amur); 681013, Russia, Khabarovsk Territory, Komsomolsk-on-Amur, Lenin ave., 27. E-mail: valentina.menshikova.1998@mail.ru.

Аннотация. В статье затрагивается вопрос идеи формирования элементов дизайн-кода, его взаимосвязь с имиджем города. Рассматривается опыт российских и зарубежных городов, их дизайн-код, его влияние на развитие городского пространства, экономику, политику миграции, социальное поведение горожан, туризм, создание уникальной и узнаваемой среды. Дизайн-код исследуется как способ формирования современного, эргономичного и целостного пространства. Проводится анализ того, как дизайн-код способен решить наиболее важные вопросы в городском пространстве, такие как способность сохранить единство архитектурного стиля городского пространства с помощью формирования неповторимой архитектурной среды, упростить визуальное восприятие горожанином информации, размещаемой на рекламных конструкциях, а также решить проблему хаотичного размещения рекламных вывесок, избавить город от «рекламного мусора». Подвергается исследованию понятие «имидж города», его взаимосвязь с историей и культурой города.

Summary. The article touches upon the question of the idea of forming the elements of the design code, its relationship with the image of the city. The study examines the experience of Russian and foreign cities, their design code, its impact on the development of urban space, economy, migration policy, social behavior of citizens, tourism, and creation of a unique and recognizable environment. The design code is studied as a way to form a modern, ergonomic and holistic space. An analysis is carried out of how the design code is able to solve the most important issues in the urban space, such as: the ability to preserve the unity of the architectural style of the urban space, forming a unique architectural environment and simplify the visual perception of the citizen of information placed on advertising structures, as well as solving the problem of chaotic placement of advertising signs, getting rid of «advertising waste». The concept of the image of the city, its relationship with the history and culture of the city is subjected to research.

Ключевые слова: дизайн-код, имидж города, городская среда.

Key words: design code, city image, urban environment.

УДК 721

В современном мире усовершенствование городской среды представляет собой систему модернизации городского пространства, включающего в себя сферы жизнедеятельности различных групп населения. Российские граждане всё чаще обращают своё внимание на качество изменений окружающей их среды.

Трансформация городской среды в российской действительности чаще всего остаётся невостребованной горожанами, т. к. при проектировании пространства или здания не учитываются современные тенденции в сфере архитектуры и дизайна. Уровень жизни и благосостояния граждан напрямую зависит от инвестиционных вливаний, экономической стабильности города, благоприятной окружающей среды, положительных условий для проживания.

Одна из важных проблем городской среды – это избавление от визуального шума [15]. В 2020 году на Всероссийском селекторном совещании в Министерстве Российской Федерации по вопросам воплощения в жизнь необходимого проекта «Формирование комфортной городской среды» было обращено внимание на проблему «визуального шума». Результатом этого совещания стало принятие решения по урегулированию используемых вывесок, созданию навигационной системы городов, а также проведению проверок на выполнение нормативов в этой сфере (см. рис. 1).



Рис. 1. Московская улица. Разработка дизайн-кода и его применение

Дизайн-код – действенное и высокоперспективное средство для организации комфортной городской среды. Это система положений, которая регулирует сам процесс создания городского пространства. Он включает в себя особенности стиля формирования города и расположения вывесок, городской мебели, применения фактур и материалов фасадов зданий, различных дорожных покрытий.

Дизайн-код способен решить наиболее важные вопросы в городском пространстве:

- сохранить единство архитектурного стиля городского пространства с помощью формирования неповторимой архитектурной среды;
 - упростить визуальное восприятие информации, размещаемой на рекламных конструкциях, а также решить проблемы хаотичного размещения рекламных вывесок;
 - вывести горожан на просторные улицы города, создать сценарий эргономичного торгового пространства улицы с открытыми витринами и подходами к входным группам магазинов;
 - удержать отток горожан из города за счёт сохранения и поддержания комфортной жизни в пределах городского пространства;
 - сформировать удобство жизни горожан и её безопасность во время занятия спортом или прогулки – это различные требования к городскому освещению, требования к определённой уличной мебели или формированию функционального зонирования городского пространства;
 - повлиять на формирование здоровой конкуренции на рынке между предпринимателями.
- Крупные частные компании устанавливают на фасадах домов рекламные конструкции, которые создают диссонанс в восприятии общего визуального облика зданий, что вредит развитию малого бизнеса;
- направлять развитие исторической и культурной неповторимости, формировать имидж города [1].

Дизайн-код формирует систему методов и условий, по которым возможна целостная организация визуально-гармоничной городской среды.

Единый документ с дизайн-кодом существует в некоторых городах России: Москве, Челябинске, Белгороде, Нижнем Новгороде, Саратове, Воронеже, Калининграде, Ижевске, Тобольске и Иваново (см. рис. 2) [2]. В городах Сибири и Дальнего Востока дизайн-код не был разработан. Городское пространство этих городов отражает избыток прошлого и негативно влияет на имидж городов, тем самым теряя квалифицированных специалистов в различных областях деятельности и ограничивая возможности формирования и развития туризма на этих территориях.

Рассмотрим положительное влияние на имидж городского пространства производства и продвижения такого нормативного акта на примере российских и зарубежных городов.

В г. Саратове с внедрением дизайн-кода, который стал официальным разделом устава города, возросла арендная ставка на жильё, так как фасады зданий стали более привлекательными. Благодаря такой политике городской бюджет получил большее количество налоговых поступлений, что благотворно влияет на общее развитие экономики города, в том числе на туристические и социальные сферы.



Рис. 2. Домовые таблички для Москвы от Студии Артемия Лебедева

В Челябинске за несоблюдение условий разработанного дизайн-кода предприниматели облагаются штрафом, что положительно повлияло на визуальную экологию в городе [4, 16].

В Краснодаре разработали дизайн-код транспортной системы навигации. В такой разработке необходимо было учитывать большое количество факторов, таких как современное освещение, шрифты, городской пейзаж и его целостность, архитектурный стиль зданий и т. д. Таким образом, были основаны объекты с информацией, которые обеспечили безопасное движение горожан, а также смогли организовать подачу информации в определённых областях маршрута без информационного «загрязнения» [5].

В Берлине дизайн-код организует сферу коммуникации различных субъектов: пешеходов, велосипедистов, автомобилистов. В городском пространстве Берлина зачастую используют сразу несколько видов покрытия для того, чтобы облегчить и сформировать удобное движение различных объектов, в данном случае используется пять покрытий (см. рис. 3). Так, для объектов движения применяются отличные друг от друга типы покрытий: для велосипедистов – бесшовная плитка, для пешеходов – мелкое и гладкое мощение. Для разделения пешеходных зон и зон для движения на транспорте применяется грубая плитка. Такая структура применения разноплановых материалов покрытий позволяет ориентироваться в пространстве слабовидящим людям [6]. Таким образом, использование различных материалов в мощении и покрытии становится одной из уникальных особенностей Берлина и входит в один из факторов, влияющих на его имидж.



Рис. 3. Пешеходные покрытия, г. Берлин, Германия

В голландском городе Мидделбурге активно применяется разнообразие плиточного покрытия. Проезжая и пешеходная зоны не разграничены, и при этом нет различных тротуарных перепадов и бордюров. Главная особенность Мидделбурга – это доступность и эргономичность городской среды.

Внедрение цвета в мощение регулирует и ориентирует пешехода. Серая и оранжевая полосы по краям оповещают о том, что эта улица и пешеходная, и автомобильная, но приоритет остаётся за пешеходом. Благодаря такой коммуникации в исторической застройке Мидделбурга практически невозможно заблудиться. Визуальная коммуникация используется и в обозначениях типа дорог. К примеру, узкая плитка используется для мощения только пешеходных тротуаров. Такой способ значительно сокращает скопление автотранспорта среди междомовых проездов и стоянку автомобилей вдоль домов [6].

В Германии есть опыт предотвращения аварий с участием велосипедистов при помощи дизайн-кода. Велосипедная дорожка отделена от проезжей части изображением линии на её поверхности. А в Вене приподняли проезжую часть на остановке трамвая для большей безопасности человека. Результат такого решения – снижение уровня ДТП [6].

Прорабатывая глобальные вопросы безопасности в городах России, основываясь на особенностях климата, экономики и других факторов, можно использовать примеры решений данных проблем в европейских странах.

Одним из важных факторов формирования гармоничной городской среды является использование городской мебели. Так, урны и мусорные контейнеры играют роль элемента эффективной борьбы с распространением мусора в городской среде. В странах Европы обращают большое внимание на вопрос мусорной политики. Во дворах жилых домов в Германии осуществляется раздельный сбор мусора. Особое внимание уделяется плотно закрытым мусорным контейнерам. В Роттердаме создали эргономичные мусорные контейнеры для велосипедистов в виде сачка. В Лондоне в процессе проектирования урны создали функциональный элемент среды, который включает в себя систему хранения отходов и беспроводную локальную сеть Wi-Fi. Таким образом, администрация города и общественность привлекает внимание к экологическим проблемам и мотивирует граждан выбрасывать мусор в урны [6]. В России вопрос мусорной реформы стоит остро, но постепенно она внедряется в городское пространство, что благотворно влияет на экологию города.

В городах России не организован дизайн-код, что негативно сказывается на имидже этих городов. Минстрой вместе с госкомпанией «Дом.РФ» и консалтинговым бюро «Стрелка» сформировали городской индекс качества. Такой индекс создан на основании исследования 1114 россий-

ских городов. Только 262 населённых пункта получили статус благоприятного городского пространства, а остальные 852 города обладают неблагоприятной городской средой [7].

Дизайн-код неразрывно связан с имиджем города, играющим важное значение в социально-экономическом развитии города.

«Имидж – это образ, целенаправленно создаваемый для того, чтобы произвести наиболее благоприятное впечатление в той или иной сфере при тех или иных обстоятельствах» [17]. В создании имиджа города необходимо учесть материальные и духовные ценности общества.

Имидж города является инструментом маркетинга, от которого зависит инвестиционная привлекательность города, а также его конкурентоспособность по отношению к другим городам [8, 15].

Нужно отметить, что город – это поселение с уже сложившимися культурными ценностями и многолетней историей. Таким образом, внедрение современных тенденций архитектуры для создания имиджа города в некоторых случаях является сложной задачей [13], которая включает в себя исследование культурной сферы города.

Благоприятный имидж города притягивает туристические потоки, инвестиционные вложения, поднимает уровень благосостояния и социальное самочувствие горожан. Различные стороны городского развития во многом зависят от имиджа города и его проработанности в следующих сферах: политике миграции населения, экономике, культуре, поведении жителей этого города.

Причина возникновения города Комсомольска-на-Амуре – производство оборонной промышленности. Это выражается в его первоначальной планировке и застройке. Советские идеи отражались в архитектурном стиле зданий, в организации широких проспектов для проведения массовых парадов, появлении монументов и памятников, олицетворявших людей, которые участвовали в становлении государственной политики. Таким образом, имидж Комсомольска – это ряд характерных особенностей того времени, культурных ценностей, которые базировались на основе нормативов и правил партийных и государственных структур идеологической власти. В настоящее время символические образы городских построек и сооружений не отвечают социальным установкам и культурным ценностям современного человека.

Поэтому среди горожан возникает тенденция формирования «нового города», который должен содержать в себе современные объекты архитектуры, эргономичную визуальную коммуникацию и т.д. В связи с этим городская среда требует особого внимания, исследования и модернизации, обновления городских форм, разработки нового вида подходов к проектированию и реконструкции.

На сегодняшний день Комсомольск-на-Амуре – это пространство социально-культурного развития, место формирования уникальной культуры, которой необходимы современные решения для проектирования здоровой городской среды. Современное пространство города должно откликаться на нынешние мировые тенденции в развитии градостроительства, формировать имидж города по культурно-социальным потребностям граждан.

Таким образом, дизайн-код выступает как механизм выявления негативных сторон архитектурного пространства города, который способен организовать и преобразить городскую среду [9].

В 2017 году дизайнеры, архитекторы, культурологи и социологи из Центра прикладной урбанистики (Хабаровск, Комсомольск-на-Амуре, Санкт-Петербург) разработали регламент, брендинг для Комсомольска-на-Амуре (см. рис. 4).

Участники проекта поставили себе задачу разработать универсальный язык для исторического советского, развивающегося, уникального, современного города. Таким образом, они выделили несколько основных факторов, с помощью которых сложится имидж города. В одном из них прослеживается идея о городе-конструкторе, или городе конструкторов. Эта концепция основывалась на характерных особенностях Комсомольска: 1) промышленный город; 2) в городе присутствует судо- и самолётостроительный заводы; 3) одна из социальных групп общества города – это заводчане, инженеры, конструкторы.

Результатом анализа исследователей стала визуальная система, основанная на кубе. Логотип города предстал в форме кубической буквы «К» и работает по принципу конструктора, как составной элемент. Используя методику архитектурного формообразования, из такого элемента

можно выявить различные объекты городской среды: городскую мебель, рекламные конструкции, архитектурные формы (см. рис. 4) [10, 13].



Рис. 4. Брендинг города Комсомольска-на-Амуре. Центр прикладной урбанистики

Таким образом, организация городской среды, формирование имиджа города имеют актуальную тенденцию для масштабного исследования не только с архитектурной и дизайнерской точек зрения. Важными и основополагающими становятся исследования города в поле таких наук, как история, культурология, социология. Современные интерпретации образа города, его культуры способны урегулировать вопросы по разработке и составлению регламентов историко-культурных особенностей развития городов, населения, социальных групп общества для формирования информационной, исследовательской базы по изучению постсоветских городов России. Данный метод позволит выявить функциональные, эстетические, экономические, культурные факторы, влияющие на формирование имиджа города, а также раскрыть важные закономерности эволюции дизайн-кода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баринаева, Е. Я. Применение дизайн-кода в пешеходных пространствах города / Е. Я. Баринаева // Наука, образование и экспериментальное проектирование: материалы международной научно-практической конференции, Москва, 06-10 апреля 2015 г. – М.: Московский архитектурный институт, 2015. – С. 677-683.
2. Чертов, Д. Дизайн-коды российских городов [Электронный ресурс] / Д. Чертов // Челябинский урбанист: сайт, 2017-2021. – Режим доступа: <https://chelurban.ru/knowledge/design-codes-russia/> (дата обращения: 26.06.2021).
3. Дизайн-код в Саратове [Электронный ресурс] / ИА «СаратовБизнесКонсалтинг», 1999-2021. – Режим доступа: <https://news.sarbc.ru/tags/дизайн-код> (дата обращения: 26.06.2021).
4. Дизайн-код Челябинска придаст городу визуальный порядок [Электронный ресурс] / Челябинская городская Дума, официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.chelduma.ru/novosti/dizayn-kod-chelyabinska-pridast-gorodu-vizualnyu-porvadok> (дата обращения: 26.06.2021).
5. Янчевская, М. А. Дизайн-код транспортной системы навигации / М. А. Янчевская // Научная палитра. – 2018. – № 2 (20). – С. 23-36.
6. Зарубежный дизайн-код: как работают правила на европейских улицах [Электронный ресурс] / 2013–2017, «Архсовет Москвы». Сайт главного архитектора Москвы Сергея Кузнецова. – Режим доступа: <https://archsovet.msk.ru/article/city-design/zarubezhnyy-dizayn-kod> (дата обращения: 26.06.2021).
7. Фёдорова, Н. Среда для жизни почти 77 % городов России признана неблагоприятной [Электронный ресурс] / Н. Фёдорова // АО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ», 1995-2021. – Режим доступа:

<https://www.rbc.ru/business/01/11/2019/5dbc369b9a7947df3790d55a#:~:text=Минстрой%20совместно%20с%20Госкомпанией%20«Дом.РФ»,в%20индексе%20обозначена%20как%20неблагоприятная> (дата обращения: 26.06.2021).

8. Кулешова, А. Н. Формирование положительного имиджа города / А. Н. Кулешова // Молодой учёный. – 2019. – № 23 (261). – С. 209-211.
9. Сохацкая, Д. Г. Использование дизайн-кода в формировании новой культуры городского пространства (на примере фрагментов среды г. Комсомольска-на-Амуре) / Д. Г. Сохацкая // Молодые учёные – Хабаровскому краю: материалы XXII краевого конкурса молодых учёных и аспирантов / редкол.: И. Н. Пугачёв [и др.]. – Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет, 2020. – С. 47-53.
10. Королевская, П. Новый логотип Комсомольска-на-Амуре [Электронный ресурс] / П. Королевская // 2021 Pollskill. – Режим доступа: <https://pollskill.com/n/246> (дата обращения: 26.06.2021).
11. Димитриади, Е. М. Анализ архитектурно-колористической образности городов Дальнего Востока / Е. М. Димитриади // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2021. – № II-2 (50). – С. 4-10.
12. Поповский, И. В. Основы городской культуры: учеб. пособие / И. В. Поповский. – Новосибирск: Новосибирская гос. архитектурно-художественная акад., 2014. – 215 с.
13. Пучков, М. В. Семиотические принципы формирования архитектурного пространства: дис. ... канд. архитектуры: 18.00.01 / Пучков Максим Викторович. – Екатеринбург, 2003. – 192 с.
14. Линч, К. Образ города / К. Линч; пер. с англ. В. Л. Глазычева; сост. А. В. Иконников; под ред. А. В. Иконникова. – М.: Стройиздат, 1982. – 328 с.
15. Филин, В. А. Видимая среда в городских условиях как экологический фактор. Урбозкология / В. А. Филин. – М.: Наука, 1990. – 219 с.
16. Морозова, Т. А. Имидж города как основа его продвижения / Т. А. Морозова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2020. – № 4 (267). – С. 73-77.