

УДК 659.1:72.012.6(476.7)

Перец М. А., Резанович Т. Н.

Научный руководитель: канд. арх., доцент Кароза А. И.

ДИЗАЙН-КОД, ИЛИ КОНЦЕПЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ ЧАСТИ Г. БРЕСТА

Введение. С каждым годом города Беларуси наполняются все новыми и новыми эстетическими феноменами, параллельно с этими изменениями возникают пространственные проблемы современного города, которые требуют совершенно новых решений в отношении городского пространства.

Одним из важных моментов формирования городской среды являются объекты информационного оформления фасадов и архитектурно-градостроительной среды в целом. Наружная реклама (вывески, информационные табло, которые располагаются на фасадах зданий) зачастую принимает довольно агрессивные формы, поглощая огромные свободные площади фасадов. Архитектура города просто растворяется в изобилии цвета, света, слогов и изображений, тем самым город превращается в «большой магазин».

Для систематизирования и упорядочения правил формирования архитектурно-художественной среды, уже на протяжении долгого времени страны Европы применяют так называемый *дизайн-код города, в нашем понимании, – это проиллюстрированный набор правил, требований и рекомендаций по вопросам облика города в отношении наружной рекламы, который принят городскими властями, следящими за его исполнением.*

Дизайн городской среды может как усилить или поддержать общую структуру города, так и разрушить его целостность. Поэтому так важно учитывать общую концепцию и историческую составляющую города. При этом необходимо уметь выдержать грань между повторяющимися стандартами, которые вызывают ощущение дежавю, и навязчивой новизной, что вследствие может выглядеть нелепо [1].

Актуальность работы заключается в том, что на данный момент ни один город Беларуси не может продемонстрировать свой свод правил и рекомендаций в отношении наружной рекламы, а, следовательно, предприниматели города действуют согласно «своему вкусу» и взглядам, которые зачастую превращают наши города в большой супермаркет.

Цель работы: предложить варианты решения вопроса о создании единых правил размещения наружной рекламы в г. Бресте. Разработать свой свод правил и рекомендации в отношении наружной рекламы в центральной части г. Бреста

В рамках своей исследовательской работы мы провели опрос жителей города, который показал, что существующая наружная реклама в центральной части г. Бреста имеет малую эффективность. На вопрос об эстетике наружной рекламы в центре города 92,7 % респондентов ответили, что наружная реклама не украшает город, а портит его облик. Самыми полезными, по мнению жителей, являются рекламные афиши, навигационные и информационные вывески, конструкции, т. к. они больше всего привлекают внимание. Посредством опроса было выявлено, что большинство жителей города обращают свое внимание в равной степени как на текстовую информацию, так и на изображения.

Исходя из полученных результатов опроса, было принято решение разработать свои правила размещения наружной рекламы в центральной части города Бреста.

Размещение рекламы стоит рассматривать как непрерывно развивающийся процесс, и в связи с этим будет актуальна разработка программы по оптимизации рекламного пространства центра города.

Исследование принципа размещения наружной рекламы г. Бреста на примере пешеходной улицы Советской.

Был проведен анализ размещения наружной рекламы в г. Бресте. В качестве исследуемого объекта была выбрана главная пешеходная улица г. Бреста – Советская. На протяжении улицы встречаются каменные здания дореволюционной постройки, а также здания советского периода. Большая часть зданий имеет историко-культурную ценность.

Проблема заключается в том, что из-за располагающихся в жилых и административных зданиях (которые в большинстве своем являются памятниками архитектуры) многочисленных коммерческих фирм и компаний фасады увешаны рекламой, диссонирующей с окружающей городской средой. Такая реклама портит облик города.

Применение определенных правил по размещению наружной рекламы позволит создать единый облик ул. Советской, в частности ее исторической составляющей, и решить задачу гармоничного сочетания исторической застройки торговыми помещениями, располагающимися на протяжении всей пешеходной улицы.

Результат исследования – это графическая работа (рисунок 1, 2), которая представляет собой проектное предложение по размещению информационных вывесок и наружной рекламы на объектах культурного наследия при условии соблюдения соответствия стилистике и колористике объектов. Работа выполнена с учетом того, что объекты информационного оформления должны иметь единый облик и сочетаться с архитектурным ансамблем ул. Советской. Информационные и рекламные конструкции не должны мешать цельному восприятию фасадов зданий, на которых они размещаются или возле которых они располагаются.

Было принято решение применить свои варианты ограничений в отношении наружной рекламы в центральной части г. Бреста, чтобы систематизировать и упорядочить среду городского пространства.

Изучив существующую ситуацию, мы пришли к следующим выводам:

Запрещается:

1. Нарушение предложенных мест размещения вывесок на фасадах зданий и сооружений

2. Вертикальное размещение букв на информационной вывеске



Рисунок 1 – Пример оценки существующих рекламных конструкций



Рисунок 2 – Пример организации рекламных конструкций фасада

3. Размещение вывесок на козырьках зданий
4. Полное перекрытие(закрытие) оконных, дверных проемов, витражей и витрин, а также окраска и покрытие декоративными пленками поверхности остекленных витрин.
5. Размещение вывесок на кровлях, лоджиях и балконах
6. Размещение вывесок на архитектурных деталях здания
7. Перекрытие(закрытие) наименований улиц и номеров домов
8. Размещение вывесок одна над другой
9. Размещение вывесок путем нанесения на поверхность фасада декоративно-художественного и текстового изображения методом покраски, наклейки и др.
13. Размещение вывесок с использованием картона, ткани, баннерной ткани
14. Упорядочивать яркость свечения, а также места размещения неоновых светильников, мигающих (мерцающих) элементов, компенсируя недостаточную яркость интервальным звуковым сопровождением.

Рекомендуется:

15. Замена штендеров на информационный стенд с информацией о каждом предпринимателе, размещенном в определённом здании.

Из проведенного выше анализа размещения наружной рекламы на протяжении пешеходной улицы Советской города Бреста можно сделать следующий вывод: от состояния наружной рекламы и информационных конструкций зависит эстетический и культурный облик города. В связи с этим в работе особое внимание уделено формированию механизмов стратегического и системного подхода к задачам осуществления единой политики города в отношении наружной рекламы и информационных объектов.

К данным задачам относятся: формирование архитектурно-художественной среды г. Бреста; введение определенных правил к размещению рекламных и информационных конструкций в исторической части города; разработать макеты решений вывесок, которые будут гармонично сочетаться как с историческими зданиями, так и с современными архитектурными феноменами; применение технологий и материалов на основании изучения отечественного и зарубежного опыта.

Вывод. В современном мире роль рекламы и других элементов информационного оформления города очень высока. Они стали предметом нашей обыденной жизни, мы их не замечаем, однако, нельзя недооценивать влияние данных конструкций на человека. Реклама и информационное оформление вошли не только в сферу торговли, но и стали важным фактором социализации общества. Сегодня крайне сложно представить городскую среду без вывесок и наружной рекламы, которые уже являются частью городского ландшафта. От качества такого «ландшафта» зависит формирование целостного художественного облика города.

Список цитированных источников

1. Стратегия оптимизации объектов информационного оформления фасадов зданий в городе Иркутске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-optimizatsii-obektov-informatsionnogo-oformleniya-fasadov-zdaniy-v-gorode-irkutske/viewer>. – Дата доступа: 09.02.2020.
2. Дизайн города в историческом аспекте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-goroda-v-istoricheskom-aspekte>. – Дата доступа: 14.03.2020.