

УДК 72.03

Регламент размещения и стилистики объектов информационного оформления в исторической среде города Иркутска

© Е.В. Хохрин¹, С.А. Смольков²Иркутский национальный исследовательский технический университет,
г. Иркутск, Российская Федерация

В статье рассматриваются вопросы формирования и построения регламента размещения и стилистики объектов информационного оформления в исторической среде города Иркутска, а также особенности их функционирования в архитектурно-пространственной среде и взаимодействия с предметно-вещным комплексом проектируемого фрагмента, его цветосветовой среде.

Ключевые слова: единый городской стиль, объекты информационного оформления, рекламная конструкция, регламент размещения, цветосветовая среда, идентичности доминирующего стиля, рекламно-информационная конструкция

Regulations for placement and stylistics of objects information decoration in historical city environment of Irkutsk

© E.V. Khokhrin, S.A. Smolkov

Irkutsk National Research Technical University,
Irkutsk, Russian Federation

The article deals with the formation and construction of regulations for the placement and stylistics of information objects in the historical environment of the city of Irkutsk, as well as the peculiarities of their functioning in the architectural and spatial environment and interaction with the object-thing complex of the designed fragment, its color-illuminated environment.

Keywords: common urban style, information design objects, advertising structure, placement regulations, color-light environment, dominant style identity, advertising and information structure

Комплекс требований к единому городскому стилю объектов информационного оформления (ОИО) в соответствии со структурой дизайна формируемой среды необходимо рассматривать с точки зрения оптимизации взаимодействия стилистики ОИО и историко-культурной среды, оптимальной организации иных параметров ОИО, функционирующих в архитектурно-пространственной среде, взаимодействующих с предметно-вещным комплексом проектируемого фрагмента, его цветосветовой среде.³ Для простоты понимания определим, что форма – это внутренняя организация содержания объекта проектирования, где содержанием выступает функция объекта информационного оформления, собственно рекламной конструкции. В целом можно выделить три основные группы общих требований к единому городскому стилю объектов информационного оформления на примере исторического центра города Иркутска.⁴

¹ Хохрин Евгений Викторович, кандидат архитектуры, доцент кафедры архитектурного проектирования, e-mail: hohrin@gmail.com

Khokhrin Evgeny Viktorovich, Associate Professor of the Department of Architectural Design, e-mail: hohrin@gmail.com

² Смольков Сергей Александрович, кандидат архитектуры, доцент кафедры архитектурного проектирования, e-mail: smolkofs@gmail.com

Smolkov Sergey Alexandrovich, Associate Professor of the Department of Architectural Design, e-mail: smol-kofs@gmail.com

³ Об утверждении границ зон охраны объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории города Иркутска, режимов использования земель и градостроительных регламентов в границах данных зон: постановление администрации Иркутской области от 12 сентября 2008 № 254-па.

⁴ Правила размещения наружной рекламы и объектов информационного оформления на территории города Иркутска, утвержденные решением Думы города Иркутска от 03 июня 2013 № 005-20-470795/3.

Требования к единому городскому стилю объектов информационного оформления в зависимости от размещения в границы информационного поля (внешняя ситуация стиля в целом)

Общая характеристика требований

Способ размещения объектов информационного оформления в архитектурно-исторической среде центра сибирского города должен иметь системный характер и отражать иерархию ценности культурно-исторического окружения и внедряемого рекламного объекта. Доминирующий городской архитектурный стиль места размещения объектов информационного оформления определяет способы гармонизации стилистики фасада / архитектурной среды и способа информационного наполнения.

Размещение рекламной конструкции в структуре архитектурного ансамбля историко-культурного комплекса должно осуществляться в строгом соответствии с общей композицией исторической застройки и только в специально предусмотренных местах. Размещение рекламной конструкции в специально предусмотренных местах в границах территории исторического поселения с учетом исторической застройки муниципального образования в соответствии с требованиями нормативных документов или, в случае отсутствия таковых, аналитическим и графическим обоснованием принятого решения.

При наличии особо охраняемых территорий требования и зданий сооружений формат городской рекламы должен соответствовать специально разработанным требованиям.

Запреты и ограничения

1. В случае отсутствия стилистической согласованности инновации запретить размещение крупномасштабной щитовой, отдельно стоящих конструкций и других видов рекламы на главных магистралях, проходящих по культурно-историческому центру города, историческим улицам и площадям.

2. Отдельно стоящие конструкции должны быть размещены только в местах, предусмотренных предварительно согласованным и утвержденным планом «пропаганды и рекламы», в соответствии с характером и масштабом среды площадки установки и монтажа рекламной конструкции.

3. Временные объекты информационного праздничного оформления должны быть установлены в соответствии с регламентом (проектом) праздничного оформления города Иркутска, в местах и конструкциях, специально предусмотренных и разработанных для каждого места размещения в соответствии с принятым доминирующим стилем историко-архитектурной среды.

Требования к форме и содержанию единого городского стиля объектов информационного оформления в зависимости от размещения в структуре фасада / границы поля (внутренняя ситуация стиля в целом)

Общая характеристика требований

Размещение рекламной конструкции должно быть реализовано в специально предусмотренных местах в границах исторического фасада здания в соответствии с требованиями нормативных документов или, в случае отсутствия таковых, аналитическим и графическим обоснованием принятого решения.

Стиль рекламной конструкции должен иметь подчиненный характер по отношению к среде – полю, структуре, композиции архитектуры места размещения и т.д., а также обязан гармонизировать со стилем здания и окружающей застройки в соответствии с требованиями согласованного и утвержденного городским регламентом паспорта отделки. Стилистика декора, формальный прием компоновки в структуре фасада здания, а также стилистика декоративной пластики информационного оформления определяется характером и особенностями конкретного поля (архитектуры фасада) внедряемого рекламного объекта. При этом важно определить региональную составляющую внутренней идентичности доминирующего стиля формы и содержания единого городского стиля объектов информационного оформления. Таким инструментом, полученным в ходе геометрического и стилистового анализа исходной ситуации, выступает «пропорциональный ключ» или «строй гармонии».

Запреты и ограничения

1. Запретить размещение несоразмерной щитовой рекламы на фасадах исторических зданий.

2. Стиль, характер и масштаб, форма и содержание отдельно стоящих рекламных конструкции на должен противоречить стилю фасада здания (сооружения) или соответствующим характеристикам окружающей историко-архитектурной среды или.

3. Формообразующий стиль конструкций и крепежных элементов, способ крепления и технология монтажа, а также материалы и отделка объектов информационного оформления должны соответствовать общей стилистике, доминирующей в ситуации размещения.

4. Временные и праздничные украшения - флаги, транспаранты и др. должны быть смонтированы в специально предусмотренных местах и разработанных для каждого места размещения конструкциях, в соответствии с формой и содержанием стилистики фасада или площадки размещения.

Требования к цветосветовому решению единого городского стиля объектов информационного оформления в зависимости от размещения в структуре фасада / границы поля объектов информационного оформления (эмоционально-образная составляющая стиля)

Общая характеристика требований

Способы интерпретации светосветового решения фирменного стиля рекламной конструкции должны быть реализованы в контексте культурно-исторической среды Иркутска. Стиль колористического решения определяется в соответствии с результатами предпроектного цветостилевого анализа исходной ситуации и должен гармонизировать по основным параметрам с доминирующим архитектурным стилем площадки проектирования.

Стиль цветографического решения. Построение цветографической модели исходной ситуации и способа гармонизации стилистики проектного предложения в условиях конкретно-исторической ситуации – обязательное условие для определения состава чертежей проекта размещения (геометрическое построение цветографической модели стиля). Стиль колористического решения рекламной конструкции должен быть рецессивным (вторичным) по отношению к стилю архитектуры здания и дизайна архитектурной среды. Цветовое решение рекламы должно гармонизировать с цветовой моделью / палитрой / гаммой фасада / среды.

Цветосветовой гармонизатор разрабатывается на основе базовых схем сочетания цвета, схем освещения и структуры композиции фасада здания (площадки проектирования) формирующих основу колористического и светового решения. Гармонизатор может представлять 3-, 4- и 5-компонентные вариативные схемы с описанием дополнительных возможностей на случай непреодолимых отклонений от принятой схемы стиля.

Запреты и ограничения

1. Запретить применение цветосветового решения для объектов информационного оформления исторических зданий, которое противоречит закономерностям формирования доминирующего стиля архитектурно-пространственной среды исторической застройки фрагмента городской среды.

2. Колористическое решение отдельно стоящих конструкций,

3. Стиль цветографического оформления конструкций и крепежных элементов, деталей и фрагментов структуры формы объектов информационного наполнения фасада/поля должны быть приведены в соответствие с

4. Стиль и способ установки крепления, технология монтажа, а также стилистика материалов отделки временных световых праздничных украшений и др., должны соответствовать времени и характеру постройки и среды.

Формы и процедуры учета и контроля к единому городскому стилю объектов информационного оформления, разработанных и отраженных в концепции, а также принципы размещения объектов информационного оформления на территории города Иркутска в границах территории исторического поселения,⁵ формируются в зависимости от особенностей и места расположения объекта, а также от количества субъектов предпринимательской деятельности [1].

⁵ Постановление Правительства Иркутской области от 12.12.2013 № 575-пп «Об утверждении границ территории исторического поселения, имеющего особое значение для истории и культуры Иркутской области, города Иркутска»;

Процедура учета требований к единому городскому стилю объектов информационного оформления в исторической среде города Иркутска, а также проект размещения рекламы в границах исторического центра должен проводиться в соответствии с разработанной методикой и содержать следующие разделы, учитывающие требования единого городского стиля:

1. Критика и схематизация.
 - 1.1. Формулирование темы, целей и задач проекта в рамках единого городского стиля объектов информационного оформления.
 - 1.2. Сбор и обработка реферативного материала по теме проекта.
 - 1.3. Анализ исходной ситуации размещения объектов информационного оформления.
 - 1.4. Поиск закономерностей формообразования в ситуации проектирования единого городского стиля объектов информационного оформления.
2. Проблематизация и прогнозирование.
 - 2.1. Выработка требований к форме и содержанию проекта единого городского стиля объектов информационного оформления.
 - 2.2. Анализ пропорциональных закономерностей проектной ситуации размещения объектов информационного оформления.
 - 2.3. Идеирование и концептуализация единого городского стиля объектов информационного оформления.
 - 2.4. Формулирование закономерностей формообразования единого городского стиля объектов информационного оформления.
3. Проектирование и конструирование.
 - 3.1. Составление пояснительной записки к проекту единого городского стиля объектов информационного оформления (описание проекта в терминах профессионального языка).
 - 3.2. Вариантная проработка проектного решения в рамках единого городского стиля объектов информационного оформления.
 - 3.3. Макетирование и моделирование объектов информационного оформления с учетом требований единого городского стиля (графическая/мультимедийная интерпретация содержания проекта).
 - 3.4. Реализация принципов единого городского стиля формообразования объектов информационного оформления.
4. Онтологический анализ и нормирование.
 - 4.1. Детальная проработка отдельных частей проекта объектов информационного оформления с учетом требований единого городского стиля.
 - 4.2. Разработка формального языка единого городского стиля объектов информационного оформления.
 - 4.3. Разработка и подготовка презентации проекта объектов информационного оформления единого городского стиля (оформление листов согласований и др.).
 - 4.4. Нормативное оформление материалов проекта: оформление материалов проекта объектов информационного оформления единого городского стиля в соответствии с требованиями нормативных документов.

В объекте проектирования мы выделяем аспекты, связанные с особенностями архитектурно-пространственной среды, предметно-вещного комплекса, а также цветосветового решения. С учетом отдельных аспектов проектировочной деятельности: предметно-тематический и организационно-деятельностный соответственно единому городскому стилю объектов информационного оформления.

На основе вышеизложенного авторами концепции был предложен к внедрению в проектную практику регламент размещения и стилистики объектов информационного оформления в исторической среде города Иркутска, изложенный в методике проектирования рекламной конструкции в условиях городского историко-культурного центра сибирского поселения, основные положения которой изложены ниже [3].

Рекомендуется придерживаться следующего порядка и содержания действий для успешного выполнения проекта в рамках единого городского стиля объектов информационного оформления:

1. Анализ (единичный – элементарный // количественный – качественный) исходной ситуации в границах фактической площадки проектирования объектов информационного оформления с учетом требований единого городского стиля. Систематизация и классификация исходной информации по источникам и по фактической площадке проектирования. Построение организационно-деятельностных схем по предметно-тематическим слоям.

2. Поиск и формулирование противоречий в исходной ситуации проектирования объектов информационного оформления с учетом требований единого городского стиля.

3. Выработка требований к проекту разрешения противоречий в конкретно-исторических условиях (организации рекламной конструкции) объектов информационного оформления с учетом требований единого городского стиля.

4. Формулирование требующих решения проблем (объединение противоречий и требований в группы по единому основанию) объектов информационного оформления с учетом требований единого городского стиля.

5. Структурирование проблемы в форму иерархической последовательности проектных задач.

6. Формирование пакетов идей по решению задач проектирования объектов информационного оформления с учетом требований единого городского стиля.

7. Группировка идей и формулирование концепции проекта объектов информационного оформления с учетом требований единого городского стиля.

8. Принципы формообразования объектов информационного оформления с учетом требований единого городского стиля.

9. Разработка формального языка – варианты и интерпретации информационного оформления с учетом требований единого городского стиля.

10. Реализация принципов формообразования в объекте проектирования.

11. Построение последовательности презентации проекта в соответствии с концепцией. Процедура утверждения /графическое обоснование проектного решения.

12. Формирование культуры проектной деятельности – нормы и нормирование информационного оформления с учетом требований единого городского стиля.

Таким образом, приведенный регламент раскрывает самые широкие возможности разработки визуальной информации в качестве элемента эстетического формирования городской среды. Определяющим моментом в решении этой задачи является комплексная художественная организация визуальной информации на основе раскрытия ее единой композиционной связи с архитектурно-пространственной средой [2].

1. Эффективность решения информационных систем обуславливается их неразрывной связью с архитектурой города. Это предопределяет прямую зависимость организации информационной среды от композиционных качеств зданий и сооружений, городской среды и ее элементов в целом и в то же время влияние визуальной информации на архитектуру, подчеркивающей ее композиционно-образный строй.

2. Закономерности художественного решения информационных систем раскрываются, в частности, в их связи с функционально-планировочной организацией городской структуры. Такая связь обуславливает построение информационных систем по принципу "структурно-модульного моделирования". Важной закономерностью является обеспечение композиционного разнообразия визуальной информации с учетом повышения эмоциональной активности городской среды. Такая активность должна способствовать обеспечивать единство или нейтрализации негативных сторон застройки.

3. Анализ показал, что информационные системы раскрывают свои эстетические свойства только в том случае, когда они решаются с учетом композиционного построения архитектурно-градостроительного пространства. Такое решение обуславливает выполнение важной организующей и корректирующей роли в сомасштабной организации пространства городской среды. Выполнение зависит от самого широкого использования ритмической, пластической, колористической, масштабной и световой организации в контексте с раскрытием эмоционально-образной характеристики архитектуры.

Повышению художественных характеристик информационных систем способствует образно-пластическая разработка отдельных элементов. Этой разработке присущи свои закономерности [4]. Их характеризуют:

- достижение неразрывного единства в форме объектов визуальной информации утилитарного и художественного и обеспечение на его основе эмоционального воздействия этой формы на зрителя;
 - гармоничное сопоставление элементов композиции при сохранении целостности фасадов зданий;
 - подчинение композиции информационных объектов фасадам зданий;
 - выявление пространственного характера формы информационных объектов, отвечающего ее восприятию в городе;
 - раскрытие сложной масштабной характеристики объектов визуальной информации с учетом установления их соразмерности окружающему пространству, зданиям и человеку;
 - выявление тектонических свойств формы информационных объектов за счет органического сочетания ее конструктивных элементов тектоники фасадов зданий;
 - разработка световой формы с учетом выявления пластических особенностей разных видов света, а также их выразительного сочетания с общей подсветкой фасадов;
 - применение динамических видов изображений не столько в чисто зрительных, сколько в носителях, информирующих не столько информационно, сколько образно (художественное видео).
4. Разработка регламента позволяет сделать вывод о том, что перспективное развитие информационных систем, обуславливающее дальнейшее повышение роли визуальной информации в эстетическом формировании городской среды, определяется методической целенаправленностью их разработки, которая включает в себя следующие основные моменты; а углубленное изучение творческого наследия в области городской визуальной информации и преемственность на основе такого изучения положительного исторического опыта художественного и, прежде всего, образно-пластического решения, а также архитектурного решения информационных объектов;
- разработка визуальной информации на основе всестороннего учета факторов, обуславливающих их формирование, включая факторы восприятия человеком городского пространства, как единого целого, а также современные принципы композиционного формирования городской среды;
 - организация информационной среды с учетом использования методики организации проектного процесса, предусматривающей их комплектность, последовательность и поэтапность;
 - разработка новых информационных объектов на основе принципов их «структурно-модульного моделирования», «промышленного тиражирования», включения в «фурнитуру» предметно-вещного наполнения городской среды.
 - выявление эстетических свойств объектов визуальной городской информации, выполненных из современных конструкций и технологий.

Библиографический список

1. Ашихмин А.В., Смольков С.А., Хохрин Е.В. Сохранение архитектурного облика города при размещении рекламно-информационных объектов (на примере исторического центра г. Иркутска): монография. Иваново: Научный мир, 2018. 188 с.
2. Хохрин Е.В., Смольков С.А., Хохряков А.А. Формирование городского стиля Иркутска: учеб. пособие. Иркутск : Изд-во ИРНИТУ, 2018. 90 с.
3. Хохрин Е.В., Смольков С.А., Хохряков А.А. Дизайн городской среды на примере Иркутска: учеб. пособие. Иркутск: Изд-во ИРНИТУ, 2018. 124 с.
4. Хохрин Е.В., Смольков С.А., Хохряков А.А. Городской интерьер. Жилые и общественные пространства: учеб. пособие. Иркутск: Изд-во ИРНИТУ, 2018. 102 с.