

Еліна Солодухіна
студентка 4 курсу гр. Д 2018-2
Леонід Звенігородський
старший викладач
Андрій Зінченко
асистент
Валентин Голіус
асистент
Олександр Левадний
Народний художник України, доцент, професор
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова
м. Харків, Україна

Концепції дизайну візуальних комунікацій у міському середовищі

Анотація. Аналіз теоретичних праць останнього періоду в області вивчення візуально-комунікативного середовища міста показує стійку тенденцію зміщення акценту в розумінні візуальних комунікацій у бік саме процесу формування, передачі та прийому повідомлень. Мається на увазі і реклама, як корпоративна комерційна, так і приватна, а також прояви творчої активності авторів у вигляді графіті, фресок або інсталяцій. До цього також можна додати перформанси і флешмоби, що використовують візуальні коди і символи з високим ступенем комунікативності. Всі ці форми і прояви не можуть бути вписані в структуру знаків, розроблюваних і проєктованих інституційно. Тому, вивчення цих явищ сучасного світу і актуально, і вимагає глибоких професійних досліджень. Мета дослідження полягає в розгляді питання про взаємодію дизайну візуальних комунікацій з сучасним міським простором, про його вплив на користувача в соціокультурній інфраструктурі міста та перспективи розвитку даного напрямку. Методологія дослідження полягає в застосуванні спеціальних методів, а саме образно-стилістичного та художньо-композиційного, що сприяло виявленню графічних особливостей систем візуальної навігації на основі аналізу теоретичних робіт вітчизняних і зарубіжних фахівців, а також в практичних розробках в області графічного дизайну, що застосовуються

для забезпечення орієнтування в просторі. Наукова новизна роботи полягає в розширенні та поглибленні уявлень щодо формування об'єктів міського середовища із залученням сучасних концепцій дизайну візуальних комунікацій. Результати дослідження. Стаття присвячена розгляду ключових питань, що стосуються дизайну візуальних комунікацій та розроблюваних в результаті об'єктів, а також застосуванню отриманих знань в практичній діяльності. Проблема орієнтації в сучасному великому місті є комплексним завданням архітектури та дизайну, тому все більше простежується розширення візуально-комунікативних засобів створення орієнтації міського середовища; формування нових прийомів і форм злиття доданків міського середовища: архітектурних споруд, дизайну предметного наповнення простору, природних ландшафтів, віртуальних і вербальних технологій. Дизайн міського середовища важливий для створення якісного архітектурного середовища міста, він впливає на неї, збагачує і насичує. Дизайн міського середовища і його розвиток є передовим напрямком формування образу міста, його кроком з минулого в майбутнє. Дизайн – це свого роду розширення міської культури, а візуальна ідентичність графічного дизайну – це нове творіння з історичної культури, а також збереження і переосмислення традицій з сучасного життя.

Ключові слова: дизайн візуальних комунікацій, дизайн міського середовища, візуальні комунікації, медіа-дизайн, графічний дизайн.

Постановка проблеми. Візуальні комунікації в сучасних містах, транспортних повідомленнях, громадських спорудах мають велике значення для формування інформаційного, навігаційного, рекламного просвітницького та естетичного середовища. У швидко зростаючих містах, що розвиваються, все більше відчувається нестача у візуальних комунікаціях, тому що жителям складніше орієнтуватися в просторі мегаполісів. Розробка комунікаційних систем допоможе вирішити проблеми потоку несистематизованої інформації, так як це безпосереднє її функціональне призначення. У нових сферах діяльності людини необхідно створювати засоби комунікації з нуля, а усталені комунікаційні системи розумніше модернізувати. Прискорене просування по шляху модерніза-

ції, як показала практика, завжди пов'язане з комплексним, системним проєктуванням.

Ритми змін у місті змінюють і форми орієнтаційного освоєння, що вимагає постійного проєктного осмислення і нових форм забезпечення орієнтації. У сучасних умовах для зручності орієнтації важливо утримувати певний рівень комунікації середовища, створюючи тим самим основу для спільної просторово-середовищної орієнтованості, де візуальні комунікації є спеціальним інформаційним посередником між середовищем та користувачем. У цьому зв'язку актуальним є розгляд явища візуальної ідентифікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У нарисі «Дизайн в контексті міського середовища: деякі теоретичні та творчі проблеми» Е. В. Асс відмічає, що «об'єкти ідентифікації та орієнтації невіддільні від всієї інформаційної мережі міста. Місто в цілому може розглядатися як система масової комунікації, і інформаційний обмін закладений в самій його природі» [1].

Перед дизайном систем візуальної комунікації гостро стоїть проблема взаємодії їх із середовищем як з точки зору функціональності, так і з точки зору естетичної складової. Дизайнер-графік, вирішуючи функціонально-технологічну задачу орієнтації, повинен розуміти, що якість транслявання графічної інформації, призначеної для орієнтування людини в міському середовищі, визначає його внутрішній стан і формує ставлення до оточення.

Проблема синтезу архітектурних елементів і орієнтуючої графіки детально висвітлена в роботах Е. Черневич, Н. Соловйова, І. Добрициної, А. Єфімова. Теоретики в цієї галузі намагаються знайти витоки виникнення сфери дизайн-проєктування, спрямованого на розробку систем навігації в просторі середовища. У своїй роботі «Мова графічного дизайну: матеріали до методики художнього конструювання» Е. Черневич розглядає розвиток і розширення сфер діяльності професії «візуального комунікатора», стверджуючи, що «сили професіоналів зосереджені навколо вирішення комплексних завдань проєктування складних структур таких, як вироблення єдиних систем знаків (для на-

земного транспорту, авіаобслуговування, техніки безпеки і т.д.); створення фірмових стилів, єдиного візуального образу цілих галузей промисловості, створення візуальних комплексів для Олімпійських ігор, всесвітніх виставок і т. д.» [2].

Проблемі розвитку візуальних систем орієнтування велика увага приділяється в роботі «Що таке графічний дизайн середовища?» американського фахівця Х. Дагдейла, де відмічено, що «нові напрямки в дизайні виникли в результаті неймовірних культурних та економічних змін, що відбулися за останні сто років. У той час як архітектура була визнана професійною діяльністю вже кілька століть тому, графічний дизайн виділився в самостійну дисципліну порівняно недавно, у зв'язку зі змінами вимог сучасної промисловості і суспільства. Графічний дизайнер, який наважився перекласти заповідну територію мови, образу і символу на мову схем і таблиць, з'явився на початку двадцятого століття як вісник народження сполучної ланки для всіх, хто працює над створенням дизайну навколишнього нас середовища» [3].

Спеціаліст в області теорії дизайну І. А. Добрицина в своїй роботі «Середовищні аспекти формування систем візуальної комунікації для міста» зауважує, що «в проєктній практиці термін “системи візуальної комунікації” або просто “візуальні комунікації” використовується головним чином в значенні комплексів, що складаються з графічних знаків, написів, систем колірного кодування, призначених для орієнтації масового споживача в різних середовищах – у транспорті, у відкритому міському середовищі, в інтер'єрах об'єктів громадського призначення та інших» [4].

У своїх дослідженнях фахівці ділять візуальні системи орієнтування за специфікою опрацювання середовища, з чого випливає, що художні властивості графічного об'єкта залежать від середовища, в якому даний символ використовується в якості елемента навігаційного коду. Досить докладно в літературних джерелах висвітлена проблема розвитку і уніфікації графічних символів, що використовуються в системах візуальної навігації, а також вимоги до шрифтів і колірні

норми. В роботах К. Бергера, П. Родькіна, Л. Гусакової та В. Шимко [3; 5; 6; 7] широко розкривається історичний аспект, що дозволяє простежити і надалі проаналізувати розвиток спеціальних знаків та знакових систем на сучасному етапі.

Мета дослідження полягає в розгляді питання про взаємодію дизайну візуальних комунікацій з сучасним міським простором, про його вплив на користувача в соціокультурній інфраструктурі міста та перспективи розвитку даного напрямку.

Виклад основного матеріалу. Система візуальної ідентифікації задіяна в символах громадської інформації з виразом дизайну знаків, міської ідентичності та знакової графіки, і єдиного визначення цієї системи всередині країни не існує. Довгий час люди просто розглядали її як певну форму існування для пояснення знакових символів, проте ця система є чимось більшим, ніж набором символів, що включає в себе існуюче середовище, що наділене унікальним регіоналізмом, особливою індивідуальною функціональністю, а також власною формою представлення. Ця система вимагає гармонії з навколишнім середовищем, при цьому володіє функцією чіткої ідентифікації та потребує проектних дизайнерських рішень з індивідуалізацією без будь-якого конфлікту з національною системою символів громадської інформації. Поняття «система ідентичності» з'явилося в 1990-і роки в Китаї, де слово «ідентичність» (китайські ієрогліфи «Дао» і «Ши») складається з двох дієслів, а саме «вести» і «реалізовувати». Слово «ведучий» означає «провідник», який виступає в якості суб'єкта дії в системі розпізнавання, в той час як слово «реалізує» означає «особистість», яка трактується як пасивна мета. Об'єкт дії «реалізує» і «ототожнює» пасивну мету за допомогою «направляючого» і «ведучого». Однак це не просто ідентифікація, а проектування з систематизацією, з інтеграцією інформації з аспектів навколишнього середовища, архітектури та графіки [8].

Дизайн системи візуальної ідентичності охоплює дві області дизайну, а саме будівельний ландшафтний дизайн і дизайн візуальних комунікацій, який являє собою

комплексне проектне дослідження із збігом декількох дисциплін. Проектування системи візуальної ідентичності вимагає оволодіння знаннями компонентів, пов'язаних з матеріалами і методами конструювання, при цьому більш важливим аспектом є науковість і раціональність системи ідентичності. Згідно Ле Корбюзьє життєздатність міст походить від обміну ідеями, інформацією, знаннями, інтелектом, а також професією. Якщо уявити відсутність достатньої міської ідентичності, то проблеми в її функціонуванні, безсумнівно, виникнуть. Завдяки розширенню міського масштабу і подальших вимог до його функцій, ідентифікація переміщається з неясного поля дизайну на передній план цієї проектної діяльності. Місто потребує ідентифікації, а також сучасної системи розпізнавання, що гармонійна з навколишнім середовищем і може доповнити її науковими функціями.

Рух графічного дизайну триває більше 20 років з моменту його виникнення з 1920-х по 1940-і роки. Крім дизайну шрифту, експериментування і пошук концентруються на реалізації візуальної комунікації за допомогою графіків, а не символів, складова частина цього руху називається «езоповим системним рухом». Отто Нейрат уважно стежить за патерном візуальної комунікації, вивчає і розробляє, як зробити так, щоб він краще служив суспільству. Він вважає, що графічний дизайн повинен розширити можливості і впровадити методи, які людство може реалізувати, і забезпечити нові моделі для просування ідеології та концепції комунікації та обміну людства. Він пропонує використовувати піктографічні графіки для пояснення складних питань громадськості, наприклад, рівень народжуваності, виданий націю, може бути представлений таким графіком з немовлям, сплячим в колысці, в той час як рівень смертності може бути представлений хрестом, а значить не потрібно просто сприймати втомливу статистику і цифри, щоб висловити його; так само, як і згадані вище, національні військові витрати також можуть бути представлені солдатами зі зброєю. Графіки яскраві і можуть бути зрозумілі публікою безпосередньо, без зайвих пояснень на словах. Його досліджен-

ня завойовує підтримку міжнародного руху графічного дизайну модернізму в той час. А потім О. Нейрат провів спільні дослідження з іншими експертами з графічного дизайну і створив команду в Нідерландах з метою вивчення цього методу і створення цієї системи. Нова система візуальної комунікації спочатку називалася «Віденським методом», а пізніше – «Езоповою системою».

Вони проводять оптимізацію цих розроблених графіків, знаходять кращі графіки з комунікаційними функціями і гарантують, що вони можуть бути затребувані і реалізовані переважною більшістю людей і, нарешті, прийняті. Досягненням представників «Езопової системи» було створення однієї із перших в світі графічних візуальних комунікаційних комплексів з інтегрованою системою. Ця система складається з декількох частин, одна з яких являє собою самостійну діаграму, забезпечену міжнародною комунікативною функцією. Представлена серія графіків завдяки ретельному дизайну і вибору замінює часто використовувану в минулому систему передачі символів; інша відноситься до графічної виразної системі з комбінацією цих графіків, яка англійською мовою називається «синтаксисом». Цей результат дослідження має першорядне значення для широкого використання графіків для інформування в громадських місцях та транспорті, для здійснення зв'язку, а також телекомунікацій [9].

Зростає містобудівний і функціональний поділи, розвиток транспорту змінює типи життя і праці всього людства. Колишні методи пересування можуть зайняти кілька місяців або навіть років, але варто просто провести кілька годин в повітрі, щоб відчувати цей перехід на інший етап. Рух розвивається від коней та екіпажів до різних видів транспортних засобів, таких як автобуси та автомобілі, літаки, а також пароплави. Колосальні зміни відповідають вимогам сучасного життя людей, а винахід транспортних засобів і вдосконалення видів транспорту змінює просторово-часову концепцію людей разом зі стилем життя, що скорочує відстані між містами і призводить до більш швидкої інформаційної комунікації, а діяльність людей і обміни інформацією більшою мірою залежать від гра-

фічної системи ідентифікації, існуючої в зовнішньому середовищі. Розвиток дорожнього руху є рушійною силою постійного вдосконалення системи графічної ідентичності сучасних міст. У деяких транспортних вузлах починають з'являтися штучні графіки, які складаються з символів і графічних зображень.

Ще в середині ХХ століття розвинені західні країни усвідомили величезний вплив системи ідентичності суспільного середовища на структуру міського розвитку та будівництва, тому почали застосовувати систему ідентичності в міському дорожньому плануванні, будівництві та реформуванні доріг і будівель разом з громадськими об'єктами. Таким чином, були зроблені спільні домовленості і виконане єдине планування за різними факторами, існуючими в міському розвитку і будівництві.

Середовище сучасного мегаполісу, що стрімко розвивається, змушує людину оточити себе все більшою кількістю орієнтирів, графічних підказок, що представляють собою комплекси візуальної навігації. Одним з найбільш «проблемних» місць для орієнтування людини в сучасному місті є простір транспортних об'єктів: метрополітенів, аеропортів, залізничних вокзалів. Процес орієнтування в просторі транспортних систем найбільш складний з точки зору проектування систем візуальної навігації.

Основне завдання орієнтуючої графіки в розглянутому середовищному просторі – забезпечення пасажирів необхідною інформацією, наприклад, їх напрямком по потрібному маршруту. Додаткове завдання, яке повинні вирішувати сучасні фахівці при роботі над проектом, – забезпечення «безболісного» переходу пасажирів з одного простору в інший. Простір сучасного міста організовано так, що станція метрополітену може ділити площини та плавно перетікати в простір аеропорту, супермаркету, приводити до автобусної зупинки тощо. А може різко «вести» пасажирів в центр жвавої площі, без будь-яких значних архітектурних орієнтирів. У цьому випадку пасажирів необхідно зорієнтувати, допомогти йому визначити необхідні орієнтири для подальшого продовження

маршруту.

Метрополітен став першою транспортною системою, для якої були створені елементи орієнтуючої графіки. Простір метрополітену є локальним, позбавленим звичних для людини зорових орієнтирів. Виходячи з утилітарного призначення метрополітену як транспортного об'єкта, важливу роль тут відіграє швидкість сприйняття інформації для правильного зчитування візуального змісту.

На сьогоднішній день проблема грамотного забезпечення інформацією пасажирів на транспортних об'єктах залишається до кінця не вирішеною. Фахівці продовжують працювати над графічною мовою знаків, намагаючись полегшити процес сприйняття інформації різними національними групами. В Україні дана ситуація ускладнюється слабкою розвиненістю проектної діяльності в галузі візуальних комунікацій. Тому перед вітчизняним фахівцем стоїть непросте завдання створення спеціальних комплексів орієнтуючої графіки, що відповідають художнім цінностям і практичним вимогам сучасного світу.

На основі розглянутих матеріалів можна сформулювати основні особливості систем візуальної навігації для транспортних об'єктів. Комплекс орієнтуючої графіки, який використовується для транспортних об'єктів, складається з наступних компонентів:

1. Схеми маршрутів (руху) поїздів, а також набір схем пересування пасажирів і карт прилеглих територій;

2. Символічні зображення – графічні символи, що несуть в собі закодовану інформацію та дозволяють значно скоротити обсяг переданого повідомлення без шкоди для сприйняття; сприяють успішному доланню мовного бар'єру;

3. Кольорове кодування. Завдяки використанню кольору значно спрощується процес «зчитування» пасажиром схеми маршрутів, тому орієнтуватися в просторі стає набагато простіше. Всі компоненти загальної системи використовуються комплексно, дозволяючи створити цілісну систему візуальної навігації, зменшивши кількість необхідних графічних повідомлень і позбавивши пасажирів зайвої інформації.

З колірним рішенням в композиції візуальних комунікацій, пов'язаних з проектуванням сигнально-знакової системи, все виглядає досить скромно, проте колір має одне з ключових значень у вирішенні композиційних завдань. Колір займає в житті людини одну з головних емоційних складових візуального ряду в сприйнятті навколишнього світу.

Сучасні метрополітени використовують загальний графічний код, легко прочитуваний пасажиром. В системі графічної навігації найважливішу роль відіграє саме колір, бо він формує візуальні характеристики станцій, допомагаючи пасажирів орієнтуватися в їх просторі. Кожній лінії метро присвоюється свій основний колір («жовта», «червона», «синя» лінії). Цей колір в різній тональності часто визначає обробку поверхонь стін кожної станції на даній лінії, він присутній в знаках-показниках і інформаційних знаках, що допомагають орієнтуватися в межах станції.

Успіх правильного сприйняття переданої інформації багато в чому залежить від вірно побудованої системи графічних повідомлень. Працюючи над візуальним навігаційним кодом, дизайнери спираються на сформовану ієрархію символів, виводячи на перший план найбільш важливі елементи системи, доповнюючи їх деталями, що несуть допоміжну інформацію, в міру необхідності. Такий метод допомагає розвантажити потік даних і дозволяє пасажирів зосередитися лише на тій інформації щодо певного місця в опрацьованому просторі, що є значущою для нього в конкретний відрізок часу.

У вирішенні завдання грамотного забезпечення орієнтування пасажиропотоку в системі метрополітену дизайнери вдаються до методів, що використовуються в системі графічної навігації в аеропортах. Багато в чому цей підхід ґрунтується на подібній проблематиці – складність систем і поставлених завдань ріднить організації метрополітену та аеропорту. Для забезпечення ієрархії повідомлень важливу роль відіграє колірний код. Чорні букви на жовтому тлі (традиційні попереджувальні кольори) направляють потік пасажирів, що відлітають; білі літери на

зеленому тлі (природні кольори, ідентифікатори швидкісних магістралей) направляють пасажирів, які залишають аеропорти. Основна інформація, що дозволяє орієнтуватися в просторі аеровокзалу, розміщується на темному, як правило, чорному або синьому тлі, в сукупності з білим, або жовтим кольором літер. Такий прийом значно підвищує «читаність» переданої інформації, виділяючи її важливість.

Трактування символічних характеристик кольорів в різних країнах різна, і це є однією з причин власного художнього переосмислення в залежності від національної приналежності. Сюди ж додається прагнення надати своїй графічній моделі неповторний національний колорит. На рівні ж міської транспортної системи цей процес обумовлений бажанням диференціювати даний навігаційний комплекс, зробити його більш незабутнім.

Висновки. За допомогою дизайну таких елементів, як знаки, графіки, символи і кольори, а також інтеграції різних факторів, система ідентичності відображає міську специфіку, передає міські особливості, пов'язані з історією, географією, культурою та емоціями. Система ідентичності забезпечує відповідне просторове середовище для людей через застосування конкретних знаків, графіків, символів і кольорів, крім того, вона також відображає те, що проектна культура міста дорівнює його дизайнерській концепції з поєднанням історичної культури цього міста. Сучасне місто має бути наділене такою функцією, тобто володіти цілим набором добре продуманих і науково спланованих механізмів індикації, що допомагають блукаючим пішоходам вказувати напрямок і успішно знаходити дорогу. Необхідно здійснювати координацію між людьми, ідентифікацію об'єкта і простору, щоб зробити середовище проживання людей більш комфортним і зручним, але і постати як життєво важливий носій для поширення місцевої культури і моделювання міського бренду.

Професійний ідеал в даному випадку розглядається сучасними дизайнерами як цілісне оформлення середовища через якісну форму, здатну активізувати емоційне

освоєння. Це відтворення смислів різного роду повідомлень, подій, понять, директив, цінностей у візуальній формі, а функція реалізації абстрактного мислення в наочному вигляді особливо актуально там, де наукові знання необхідно зробити доступними широкій публіці.

Одним із сучасних засобів дизайну візуальних комунікацій є використання візуальної ідентичності, а удосконалення її графічної системи є відображенням ступеня міської цивілізованості, яка містить в собі враження людей про загальне середовище міста. Чи є візуальна інформація про навколишнє середовище цього міста зручною і досконалою чи ні, має прямий вплив на міський розвиток в майбутньому. Незалежно від міст, що формуються, від сучасної архітектури або стародавніх споруд, що включають павільйони, тераси і пагоди, графічна система візуальної ідентичності стає все більш і більш важливою. Проектування та побудова системи ідентичності – це одна з дисциплін, пов'язаних з міським управлінням, яка є необхідною ланкою для відображення особливостей міського образу. Система ідентичності спирається на гіпостатичні архітектури, ландшафти і дороги, але вона не є доповненням свого суб'єкта, а є його невід'ємною складовою частиною.

При проектуванні досить складних технічних об'єктів, в тому числі, залізничних транспортних засобів і залізничних споруд, як стратегічних об'єктів, різко зросла значимість засобів візуальних комунікацій, що представляють собою один з основних інструментів комунікаційного впливу «людини-оператора» на «людину-споживача». Вибір графічних засобів художньо-конструкторського рішення композиції засобів візуальних комунікацій в даний час набуває особливої значущості, але фактори сприйняття візуальних образів і їх структура не досліджені в достатній мірі, тому що в психології і психофізіології складність зорових об'єктів розглядається як багатовимірна величина, а їх кількісна оцінка будується на алгоритмах, взятих з імовірнісної теорії інформації.

На сучасному етапі все більше значення здобуває емоційно-знакова система орієнта-

ції. Її поява нерозривно пов'язана з розвитком процесу мислення і осмислення отриманої інформації людиною. Розвиток культури, поява новітніх засобів комунікації (писемність) і спеціальні форми «візуальної» мови (реклама, вивіски, показчики і т.д.) все це нерозривно пов'язано з розвитком знакової системи орієнтації. Новітні засоби масової комунікації підвели до переходу на сучасні шляхи вирішення проблем орієнтації – через віртуальну основу. Головний підсумок наведених визначень – розширення візуально-комунікативних засобів створення орієнтації міського середовища; формування нових прийомів і форм злиття доданків міського середовища: архітектурних споруд, дизайну предметного наповнення простору, природних ландшафтів, віртуальних і вербальних технологій.

Дизайн міського середовища не менш важливий для створення якісного архітектурного середовища міста. Дизайн близький людині та впливає на неї, збагачує і насичує середовище міста, робить життя простіше, іноді раціональніше і комфортніше. Дизайн міського середовища і його розвиток є передовим напрямком формування образу міста, його кроком з минулого в майбутнє. Дизайн – це свого роду розширення міської культури, а візуальна ідентичність графічного дизайну – це нове творіння з історичної культури, а також збереження і переосмислення традицій з сучасного життя.

1. Асс Е. В. Дизайн в контексте городской среды. Труды ВНИИТЭ. Сер. Техническая эстетика. 1981. Вып. 29. С. 130–135.
2. Черневич Е. В. Язык графического дизайна. Материалы к методике художественного конструирования. Москва : ВНИИТЭ. 1975. 137 с.
3. Бергер К. М. Путеводные знаки. Дизайн графических систем навигации. Москва : Рип Холдинг. 2005. 170 с.
4. Добрицына И. А. Средовые аспекты формирования систем визуальной коммуникации для города. Труды ВНИИТЭ. Сер. Техническая эстетика. 1988. Вып. 57. С. 75–92.
5. Родькин П. Визуальные коммуникации – это? PR Design Павел Родькин. 2010. URL: <http://www.prdesign.ru/text/2010/visualcommunications>

- .html (дата звернення: 06.09.2021).
6. Гусакова Л. И. Визуальные коммуникации. Элементы информативной экотуристической среды. Гуманитарные научные исследования. 2013. № 5. URL: <https://human.snauka.ru/2013/05/3119> (дата звернення: 06.09.2021).
7. Шимко В.Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование городской среды. Москва : Архитектура-С. 2006. 384 с.
8. Wang S. World Graphic Design History. Beijing: China Youth Press, 2002. 402 p.
9. Zhang L. Urban-Oriented Design. Shanghai: Shanghai University Press, 2005. 367 p.

References:

1. Ass, E. V. (1981). Dizayn v kontekste gorodskoy sredy. Proceedings of VNIITE. Ser. Technical aesthetics, 29, 130-135.
2. Chernevich, E. V. (1975). Yazyk graficheskogo dizayna. Materialy k metodike khudozhestvennogo konstruirovaniya. Moscow : VNIITE.
3. Berger, K. M. (2005). Putevodnye znaki. Dizayn graficheskikh sistem navigaii. Moscow : Rip Kholding.
4. Dobritsyna, I. A. (1988). Sredovye aspekty formirovaniya sistem vizualnoy kommunikatsii dlya goroda. Proceedings of VNIITE. Ser. Technical aesthetics, 57, 75-92.
5. Rodkin, P. (2010). Vizualnye kommunikatsii – eto? PR Design Pavel Rodkin. Retrieved from <http://www.prdesign.ru/text/2010/visualcommunications.html>
6. Gusakova, L. I. (2013). Vizualnye kommunikatsii. Elementy informativnoy ekoturisticheskoy sredy. Humanitarian research, 5. Retrieved from <https://human.snauka.ru/2013/05/3119>
7. Berger, K. M. (2006). Arkhitekturno-dizaynerskoe proektirovanie gorodskoy sredy. Moscow : Arkhitektura-S.
8. Wang, S. (2002). World Graphic Design History. Beijing: China Youth Press.
9. Zhang, L. (2005). Urban-Oriented Design. Shanghai: Shanghai University Press.

ANNOTATION.

Solodukhina E., Zvenigorodskyy L., Zinchenko A., Holius V., Levadnyy O. Visual communication design concepts in an urban environment. An analysis of the theoretical works of the last period in the field of studying the visual and communicative environment

of the urban city shows a persistent tendency to shift the emphasis in understanding visual communications towards the process of forming, transmitting and receiving messages. This also means advertising, both corporate, commercial and private, and all kinds of manifestations of the author's creative activity in the form of graffiti, frescoes or installations. To this you can also add performances and flash mobs that use visual codes and symbols with a high degree of communication. All these forms and manifestations cannot, be inscribed in the structure of signs developed and designed institutionally. Therefore, the study of these phenomena of the modern world is both relevant and requires deep professional research. Objectives. The objectives of this study are to consider the issue of the interaction of visual communication design with modern urban space, about its influence in the socio-cultural infrastructure of the city, as well as the prospects for the development of this direction. Methods. The research methodology is in applying of special methods, namely figurative-stylistic and artistic-compositional, which helped to identify graphic features of visual navigation systems based on the analysis of theoretical works of domestic and foreign experts, as well as practical developments in graphic design. The scientific novelty of the work is in expanding and deepening the ideas about the formation of objects of the urban environment by modern trends in design of visual communications. Results. The article is devoted to the consideration of key issues related to visual communications and their objects, as well as to use the knowledge gained in practice. The problem of orientation in a modern big city needs the solution which is complex, design and architectural task, that is why the expansion of visual-communicative methods of creating an orientation of the urban environment is

spreading as well as the formation of new techniques and forms of fusion of elements of the urban environment: architectural structures, design of subject filling of space, natural landscapes, virtual and verbal technologies. The design of the urban environment is important for the creation of a high-quality architectural environment of the city. Design of the urban environment and its development are the leading direction in the formation of the image of the city, its step from the past to the future. Design is a kind of extension of urban culture, and the visual identity of graphic design is a new creation in historical culture, as well as the preservation and rethinking of the traditions of modern life.

Keywords: design of visual communications, urban environment design, visual communication, media design, graphic design.