



УДК 72.01:711

ПРИНЦИПИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ДИЗАЙНІ МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА

РЕБДСВА Наталя

Київський національний університет будівництва і архітектури, Київ, Україна
n.a.rebdeva@ukr.net

Методом аналізу світових проєктів візуальних комунікацій в дизайні міського середовища виявлено спільний фактор, який забезпечує ефективність проєкту – це принцип запланованого зворотного зв'язку. Проаналізовано елементи комунікації в дизайні міського середовища, які забезпечують реалізацію даного принципу, зокрема наявність «точок контакту» і «точок зворотної реакції».

Ключові слова: візуальні комунікації, дизайн, дизайн міського середовища, ефективні комунікації.

ВСТУП

Принципи візуальної комунікації в дизайні міського середовища поділяються на базові та спеціальні. Базові – це принципи, які є основою при створенні будь-якого проєкту в даній сфері: ергономічність, сталість, естетика, тощо. Спеціальні – це принципи, які є обов'язковими саме в проєктуванні візуальних комунікацій в дизайні міста. Керуючись тим фактом, що ціллю комунікації є зворотна реакція, за основний принцип комунікативних проєктів взято планування зворотної реакції. У моделі комунікації, описаній Barker (1984), зворотний зв'язок виділено як один із ключових елементів процесу, поряд із джерелом, одержувачем, повідомленням та каналом, що підкреслює його важливість для ефективної взаємодії у комунікативних проєктах. [1]

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Проаналізувати та виявити взаємозв'язок елементів комунікації в дизайні міського середовища, які забезпечують реалізацію принципу запланованої зворотної реакції, на прикладі світових дизайн-проєктів.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Згідно з принципами структури будь-якого тексту, комунікація формується за допомогою ударних слів, які транслюють головну суть повідомлення, та слів (комунікативних «гачків»), які мають на меті залучення читача до теми: навідні питання, особисті звернення, різкий емоційний контраст, порушення ритму тощо. Дизайн міського середовища – це також текст і візуальна комунікація в ньому потребує елементів, які стають свого роду «точками контакту» з читачем – людиною в міському середовищі. Виходячи з прикладів, розглянутих у дослідженні, «точками контакту» є елементи візуальних комунікацій, на яких людина затримує погляд і свою увагу на довший проміжок часу, ніж на інших елементах дизайну. При цьому



емоційна інтенсивність контакту не є визначальним показником його ефективності. Головним показником того, що взаємодія людини з «точками контакту» проекту відбулась – це наявність зворотної реакції. На цьому показнику і базується необхідність елементів комунікації, які є супутніми до «точок контакту» – «точки зворотної реакції».

Один із прикладів ефективною візуальною комунікації в дизайні міського середовища – проєкт High Line, який колись був залізницею, що забезпечувала життєво важливі послуги для всього міста. Дизайн проєкту – спільна робота Джеймса Корнера (Field Operations), Diller Scofidio + Renfro та Піта Оудольфа. Сьогодні High Line як парк і громадський простір, продовжує бути невід'ємним ресурсом для західної частини Манхеттена та за його межами. Він є важливим проєктом з точки зору об'єднання жителів міста, задля створення спільноти. Комунікаційна складова в ньому базується на широкому спектрі інструментів, і дотримання принципу запланованої зворотної реакції, один із них. Вуличні мобільні меблі для сидіння, стаціонарні конструкції, урбаністичні рішення в формі амфітеатру – це своєрідні запрошення людей до споглядання. При цьому сценою може бути як самостійне мистецьке дійство, так і просто інша частина міського простору, з якою споглядач вступає в ментальний діалог. Наприклад, амфітеатральні сходи-трибуни, що розміщені навпроти міської вулиці через панорамне скло. Людина зупиняється, сідає і спостерігає за рухом міста (рис. 1). Важливим є те, що за допомогою «точок контакту» задається не тільки вектор фізичної дії містян, а й вектор людської уваги.



Рис. 1. Фото проєкту High Line, з об'єктами для сидіння, які виконують функцію «точок контакту», запрошуючи містян до споглядання

Джерело: Best of the High Line. URL: <https://www.thehighline.org/photos/at-a-glance/best-of/> (дата звернення: 9.03.2026)

Наступний приклад - Yellow Arrow. Це публічний арт-проєкт, створений Крістофером Алленом, Браяном Хаусом і Джессі Шапінсом, у місті Нью-Йорк. «Точкою контакту» стала жовта стріла, а конкретніше – наліпка. Такий елемент був і «точкою зворотної реакції» одночасно, тому що не тільки зупиняв людину і направляв вектор уваги, а й тут же ставав частиною подальшої дії: при зустрічі наклейки на вулиці можна надіслати унікальний код, надрукований на ній, як текстове повідомлення на номер телефону проєкту. За кілька хвилин надходило повідомлення, залишене людиною, що залишила наклейку, з



оповіддю про її унікальний досвід взаємодії з місцем, де було залишено жовту стрілку. Таким чином, за допомогою мобільного телефону, кожна стрілка пов'язувала цифровий контент із певним місцем та ставала елементом, який зупиняв людину, транслював їй, що «тут прихована цікава історія» та спонукав до взаємодії. У книзі «До розумного міста» Марк Шепард пише: «Замість всюдисущої бронзової таблички, що надає «офіційні наративи», прикріплені до боків «значущих» міських споруд чи просторів, Жовта стріла забезпечує неофіційне анотування повсякденних міських місць громадянами.» [2]

Відмінність комунікації від інформування – наявність зворотної реакції. Якщо бажаного типу зворотної реакції не досягнуто – комунікація була неефективною. «Точками зворотної реакції» у візуальних комунікаціях, є елементи дизайну міського середовища, завдяки яким вимірюється ефективність комунікації. При цьому, вони не мають обов'язково бути завершальним за послідовністю пунктом в комунікації проекту. Відповідно до різних прикладів, такі елементи можуть бути як фізичними об'єктами, так і сукупністю технічних рішень: перехід за qr-кодом, відгук на сайті проекту тощо.

В проекті High Line «точками зворотної реакції» є QR-коди на інформаційних табличках, онлайн-карта рослин і об'єктів мистецтва, для взаємодії відвідувача з цифровим архівом, та соціальні медіа-мітки (#HighLine) для відстеження публікацій в медіа-просторі, які створює сам відвідувач (рис. 2). Christmann та співавт. (2020) в своїй роботі підкреслюють, що в контексті медіатизації та зростання використання цифрових засобів у дизайні та плануванні міського середовища, активна роль творців проекту поширюється не тільки на проєктантів, а й на залучених до нього жителів міста. [3] Така залученість забезпечує діалог між людьми та міським середовищем.



Рис. 2. Фото проекту High Line з «точками зворотної реакції»: QR-коди, інформаційні таблички та соціальні медіа-мітки (#HighLine)
Джерело: The High Line. URL: <https://a-g-i.org/design/the-high-line>
(дата звернення: 9.03.2026)



«Before I Die»: глобальний мистецький проєкт з 400 стін, 60 країн і 25 мов. Автор проєкту Кенді Чанг – американська художниця, дизайнерка, урбаністка, відома своїми партисипативними проєктами в публічних просторах, які залучають людей до колективного осмислення особистого, персонального досвіду та суспільних важливих тем. Втративши близького друга, вона замислилася над питанням смерті. Вона прикріпила дошку для малювання на стіні покинутого будинку в Новому Орлеані з трафаретом із фразою «Перед смертю я хочу...». Ця дошка стала точкою контакту, і точкою зворотної реакції одночасно, адже ефективність такої комунікації вимірювалася кількістю написів на ній, створених різними людьми. Проєкт спирався на загальнолюдські цінності: питання життя і смерті. Це забезпечило не тільки велику кількість надписів, високу залученість перехожих, а й сильну емоційну складову. Люди писали власні думки, або ж читали написи інших, але тільки не проходили повз. Те, що почалося як експеримент з перетворення публічного простору на спільний, в результаті стало глобальним проєктом. «Наші громадські простори настільки глибокі, наскільки ми їм дозволяємо», – написала Чанг.

ВИСНОВКИ

При дотриманні принципу планування зворотної реакції, проєкт візуальної комунікації в дизайні міського середовища перетворюється на живу систему, елементами якої стають не тільки фізичні об'єкти дизайну міста, технологічні інноваційні рішення тощо. Частиною такої системи стають людські реакції: почуття, емоції, бажання висловитися, цінність співпричетності тощо. Це забезпечує інтегрованість проєкту в соціальний контекст, як частину дизайну міського середовища. Тим самим, забезпечуючи його ефективність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Barker L. L. Communication. Englewood Cliffs, 1984.
2. Shepard M. Sentient City: Ubiquitous Computing, Architecture, and the Future of Urban Space. New York City : Architectural League of New York, 2011. 229 p.
3. Visual Communication in Urban Design and Planning: The Impact of Mediatisation(s) on the Construction of Urban Futures / G. Christmann et al. *Urban Planning*. 2020. Vol. 5, no. 2. P. 1–9. DOI: <https://doi.org/10.17645/up.v5i2.3279>.

REBDIEVA N.

VISUAL COMMUNICATIONS IN URBAN DESIGN

A cross-analysis of international projects in visual communication within urban design revealed a common factor contributing to project effectiveness: the principle of planned feedback. The study examined communication elements in urban design that enable the implementation of this principle, particularly the existence of “contact points” and “feedback points.”

Keywords: visual communications, design, urban design, effective communication