Дизайн городской среды. Единство эстетического и функционального в объемно-пространственной организации среды жизнедеятельности людей

Изоискусство. Раздел 3,

тема 22. 7 класс

ГОРОДСКОЙ ДИЗАЙН

Городская среда — это всё то, что нас окружает в городе и влияет на нашу повседневную жизнь. Представьте себе картинку: дома, улицы, парки, магазины, транспорт, скамейки, фонари, а ещё — воздух, шум, вода, то, как люди общаются и чувствуют себя в этом пространстве. Всё это вместе и есть городская среда.

Городская среда полна объектов дизайна, вместе с архитектурой создающую **вещно-пространственную среду** города.





ГОРОДСКОЙ ДИЗАЙН

Городская среда:

Искусственные объекты — то, что построил человек: жилые и офисные здания, дороги, мосты, остановки, заводы.

Природные элементы — то, что осталось или было добавлено в городе: парки, скверы, реки, водоёмы, зелёные зоны.

Инфраструктура — то, что нужно для жизни: школы, больницы, магазины, банки, общественный транспорт, системы водоснабжения и электричества.

Социальный аспект — то, как люди взаимодействуют: есть ли места для общения, досуга, насколько безопасна обстановка.

От того, насколько удачно всё это устроено, напрямую зависит, насколько нам комфортно жить в городе. Например, если в районе мало парков, воздух загрязнён, а тротуары неудобные — городская среда не очень благоприятна. А если есть удобные пешеходные зоны, чистые дворы, хорошая транспортная связь — жить и передвигаться становится приятнее.

ГОРОДСКОЙ ДИЗАЙН

Реклама и витрины — яркий зрелищный акцент и одновременно путеводитель.

Визуальная коммуникация - это процесс передачи информации и идей с помощью визуальных элементов: изображений, цвета, форм, шрифтов, композиции, инфографики, анимации, видео и других средств, которые воспринимаются органами зрения.



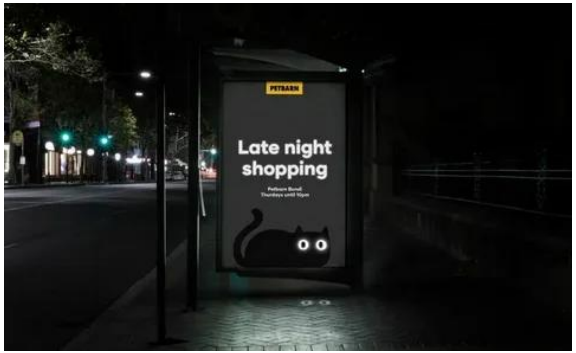






ГОРОДСКОЙ ДИЗАЙН

Некоторые особенности визуальной коммуникации:
Универсальность. Язык изображений часто понятен людям разных национальностей и культур, что снижает языковые барьеры.
Скорость восприятия. Человек обрабатывает визуальную информацию быстрее, чем текст, что позволяет быстро донести идею или сообщение.
Эмоциональное воздействие. Образы, цветовые сочетания, мимика и жесты на изображениях формируют у зрителя определённое эмоциональное состояние, вызывают ассоциации и воспоминания.
Ограниченность в передаче сложных концепций. Визуальная коммуникация не всегда способна полноценно передать сложные идеи — для этого часто требуется текстовое или аудиосопровождение.
Разная интерпретация. То, что цепляет одну аудиторию, может оттолкнуть другую из-за различий в культурном коде или личных ассоциациях.







ГОРОД, МИКРОРАЙОН, УЛИЦА

Упражнение:

вариант 1. Создайте коллажно-графическую композицию, сформировав единое по стилю пространство города.

Возьмите фото города (фрагмент улицы, например) и разместите на стенах, транспорте стендах рекламу и др. графику.







ГОРОД, МИКРОРАЙОН, УЛИЦА

Упражнение:

вариант 2. Создайте дизайн-проект оформления витрины города

Выполнить можно как коллаж или эскиз





