

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА”**

СОСНИЦЬКИЙ ЮРІЙ ОЛЕКСАНДРОВИЧ

УДК 72.007

**«ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДИЗАЙН-ОБ’ЄКТІВ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОГО СЕРЕДОВИЩА СУЧАСНОГО
МІСТА (НА ПРИКЛАДІ М. ХАРКІВ)»**

17.00.07 – дизайн

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата мистецтвознавства

Львів – 2019

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі Дизайну та образотворчого мистецтва Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова.

Науковий керівник: кандидат мистецтвознавства, доцент
ВЕРГУНОВ СЕРГІЙ ВІТАЛІЙОВИЧ,
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова,
професор кафедри дизайну та образотворчого мистецтва

Опоненти: доктор архітектури, доцент
ЧЕРНЯВСЬКИЙ ВОЛОДИМИР ГЕОРГІЙОВИЧ,
Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури,
завідувач кафедри теорії, історії архітектури та синтезу мистецтв

кандидат мистецтвознавства, доцент
АВРАМЕНКО ДМИТРО КОСТЯНТИНОВИЧ,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
доцент кафедри образотворчого мистецтва

Захист відбудеться «29» листопада 2019 р. о 10.00 на засіданні спеціалізованої вченої ради К 35.052.25 у Національному університеті «Львівська політехніка» (79013, м. Львів, вул. С. Бандери, 12, головний корпус, ауд.204).

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного університету «Львівська політехніка» (79013, м. Львів, вул. Професорська, 1).

Автореферат розісланий «24» жовтня 2019 р.

Вчений секретар спеціалізованої
вченої ради К. 35.052.25,
канд. мистецтвознавства, доцент

О.Я. Мельник

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Станом на початок ХХІ сторіччя можна побачити активне збільшення кількості різноманітних інформаційно-комунікативних об'єктів в багатьох містах України, які відрізняються за своєю подачею, формоутворенням, габаритами та розміщенням. Це виникає переважно завдяки активному розвитку приватного бізнесу та ринковій стратегії країни. Завдяки цьому, інформаційно-комунікативне середовище будь-якого міста, з року в рік, збагачувалось різними видами дизайн-об'єктів – рекламою, навігаційними покажчиками, піктограмами, цифровими табло – першочерговими цілями яких було, перш за все, донести певне посилання до людини, чи налагодити повноцінну взаємодію між потенційним клієнтом і власником того чи іншого бренду. Роль інформаційних технологій у сучасному просторі дуже важлива. Вони змінили середовище новітнього світу, зробивши його глобальним, інтерактивним, а як наслідок – трансформувалася комунікація. Сьогодні створюються та інтенсивно розвиваються нові форми комунікативних технологій, які змінюють раніше сформовані проектні моделі і системи. Інформаційно-комунікативний процес предметно-просторового середовища міста – це постійно працююча і налагоджена система комунікації у системі «людина-дизайн-місто». Широкий спектр значень якої може бути трактовано як процес кодування і передачі повідомлення від джерела інформації до її одержувача. Отже, поступово посилюється комунікативна функція не тільки предметно-просторового, а й архітектурно-ландшафтного середовища міста, проте її якість може бути полярною. В наслідок чого соціокультурний вплив, який повинні оказувати усі інформаційні дизайн-об'єкти в штучно спроектованому комунікативному просторі міста, повноцінно не виконується. Таким чином, наявна проблема комплексної організації інформаційно-комунікативних дизайн-об'єктів стає для більшості міст актуальною і вимагає плідного повноцінного аналізу та подальшої її реструктуризації, задля поліпшення художньо-образних та об'ємно-пластичних властивостей простору. Це актуально саме для міст України і колишнього Радянського союзу, насамперед через те, що весь пострадянський простір неочікувано зіштовхнувся з реаліями комерційної діяльності і її можливими негативними наслідками, з точки зору практичної відсутності інформаційної естетизації та гуманізації у міському середовищі.

Актуальність теми дослідження визначається такими положеннями:

Сучасних досліджень з питання підвищення функціонального і художньо-образного рівня міського інформаційно-комунікативного середовища замало. Проте є низка досліджень стану сучасного рекламного простору та дизайну навігаційних об'єктів в Україні. Актуальність визначеної теми обумовлена помітною тенденцією значного випередження практикою теоретичних основ в галузі дизайну зовнішньої реклами, інформаційних покажчиків, графічних елементів, рівень розробки яких не відповідає сучасним вимогам суспільства.

Назріла нагальна необхідність провести об'єктивний аналіз існуючого стану інформаційно-комунікативного середовища, а саме м. Харків (як

території з великим різноманіттям стилів архітектурних будівель та кількістю інформаційних дизайн-об'єктів, перед якими стоїть багато комунікативних вимог), висвітлити принципи їх організації та визначити концептуальні шляхи подальшого розвитку. Що могло би стати засадою для подальшого побудування цілісної сукупності вимог власного «дизайн-коду» міста Харкова професійними дизайнерами.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема дисертації відповідає науковому напрямку «Архітектурне проектування» кафедри основ архітектурного проектування та рисунку Національного університету міського господарства ім. О.М. Бекетова. Дисертація виконана в межах науково-дослідної роботи «Гуманізація предметно-просторового середовища центру найзначнішого міста» (номер державної реєстрації 0114U005591). Тема дисертації затверджена на засіданні вченої ради Харківського національного університету міського господарства ім. О.М. Бекетова, протокол №2 від 27 жовтня 2017 р.

Метою дослідження є виявлення принципів організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища в м. Харків, що суттєво впливає на процеси естетичного формування міського простору.

Згідно з поставленою метою сформульовані наступні **завдання** дисертації:

- систематизувати і проаналізувати наукову літературу з досліджуваної проблематики, означити сучасний стан розробки теми та методи рішення поставлених завдань;

- на основі аналізу еволюції проектно-графічної мови інформаційно-комунікативних дизайн-об'єктів виявити види інформаційно-комунікативного середовища та характер інформатизації кожного;

- окреслити детальні передумови до реорганізації предметно-просторового середовища з приводу поліпшення інформаційно-комунікативних якостей території;

- охарактеризувати специфіку орієнтації інформаційно-комунікативних дизайн-об'єктів у просторі, визначити їх середовищні функціональні пріоритети дії;

- виявити особливості організації дизайн-об'єктів сучасного інформаційно-комунікативного середовища в світовій практиці;

- окреслити особливості та проблеми організації дизайн-об'єктів в міському інформаційно-комунікативному середовищі міста Харкова;

- сформулювати рекомендації практичного впровадження виявлених теоретичних доробок естетизації інформаційно-комунікативного простору за рахунок організації дизайн-об'єктів міста Харкова;

- окреслити основні напрямки використання інноваційних та інтерактивних дизайн-об'єктів в організації естетичного інформаційно-комунікативного середовища.

Об'єктом дослідження є інформаційно-комунікативний простір міста Харкова як елемент взаємодії сучасного предметно-просторового і

архітектурно-ландшафтного середовища.

Предметом дослідження є особливості організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного простору, що обумовлюють сучасний стан дизайну середовища міста Харкова.

Хронологічні межі дослідження позначені періодом з кінця ХХ до початку ХХІ ст., оскільки саме в ці роки засоби комунікативного дизайну, сучасні цифрові технології та комерційна діяльність, набули нового активного етапу розвитку в інформаційно-комунікативному середовищі міста.

Територіальними межами дослідження є географічний простір міста Харкова. Для висвітлення цілісного бачення проблеми залучені необхідні матеріали і зразки інформаційних об'єктів з республік колишнього СРСР, країн Західної Європи і США.

Методи дослідження. На різних етапах у процесі дослідження на основі системно-структурного підходу були використані загальнонаукові та спеціальні методи мистецтвознавчого аналізу, а саме:

- історичний метод, який дозволив цілісно та послідовно провести дослідження в різних площинах, пов'язаних з історичним розвитком, становленням і формуванням особливостей комунікативного і графічно-інформаційного дизайну;

- морфологічний метод був використаний для опису можливих варіантів організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища з наступною систематизацією їх сполучень;

- метод візуального спостереження застосований для отримання первинної інформації у вигляді сукупності емпіричних тверджень про сучасний стан розвитку інформаційно-комунікативного дизайн-середовища в Україні;

- феноменологічний метод – для аналізу, що пов'язаний з дослідженням дизайн-об'єктів на рівні їх чуттєвого сприйняття;

- метод порівняльного аналізу був використаний при вивченні та узагальненні графічних та фото матеріалів показних об'єктів, виконаних відомими світовими архітекторами та дизайнерами;

- метод художньо-композиційного аналізу допоміг визначити особливості організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища, його окремих складових частин, тобто дозволяє провести візуальний аналіз структури з використанням основних законів композиції;

- графо-аналітичний метод дозволив зробити низку основних схем та таблиць, які узагальнюють та систематизують аналізований матеріал, і дають наочне бачення стосовно висновків з етапів дослідження;

- метод експериментального проектування був використаний у якості інструменту для дослідження варіантів принципів організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища на практиці, а також перевірки запропонованих автором рекомендацій стосовно реорганізації існуючого інформаційно-комунікативного середовища;

- комплексний метод був використаний для аналізу особливостей демонстрації та сприйняття інформації в інформаційно-комунікативному міському середовищі;

- метод системно-порівняльного аналізу був застосований при співвідношенні соціально-культурного доробку проектування дизайн-середовища міста в Україні на тлі світових тенденцій.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що:

Вперше:

– виявлено характерні особливості організації та взаємозв'язки, які утворюють художній образ інформаційно-комунікативного простору міста;

– розкрито специфіку естетичної гармонізації інформаційно-комунікативного простору з точки зору впливу дизайн-об'єкта (шляхом впорядкування середовищних складових у відповідності до пріоритету дії об'єкта);

– визначені сучасні принципи організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища міста з урахуванням його функціонального призначення;

– визначені складові пріоритетного впливу інформаційних дизайн-об'єктів на інформаційно-комунікативний простір міста;

– окреслено особливості організації дизайн-об'єктів сучасного інформаційно-комунікативного простору міста Харкова;

– запропоновані практичні методи задіяння теоретичних доробок організації дизайн-об'єктів та підвищення естетичних якостей інформаційно-комунікативного простору міста Харкова.

Вдосконалено:

– типологізацію дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища міста за функціональними пріоритетами у просторі міста.

Отримали подальший розвиток:

– принципи естетизації міського простору;

– перелік чинників, що впливають на реорганізацію інформаційно-комунікативного дизайн-середовища та його об'єктів;

– складові пріоритетного впливу інформаційних дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного простору міста.

Теоретичне значення роботи полягає в обґрунтованій концепції формування цілісних інформаційно-комунікативних просторів міста як одного з напрямків дизайн-діяльності. Виявлені функціональні пріоритети дизайн-об'єкта у міському середовищі та принципи організації сучасних об'єктів інформаційно-комунікативного простору, що можуть стати теоретичним підґрунтям для подальших наукових досліджень. Окреслені прогнозовані шляхи подальшого розвитку інформаційно-комунікативного простору та специфіка естетизації елементів архітектурно-ландшафтного середовища, які можуть стати основою для пошуку нових форм вираження власного «дизайн-коду» міста.

Практичне значення роботи. Результати дисертаційної праці можуть

бути використані при читанні спецкурсів з дизайну середовища, у процесі підвищення кваліфікації та підготовки спеціалістів з реклами. Прийоми, запропоновані дисертантом, дозволяють вітчизняним фахівцям і практикам дизайну створювати власну інформаційно-комунікативну концепцію проектування об'єктів, засновану на інтересах українського дизайну. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності українського інформаційного простору та його спрямованості на покращення національної продукції. Висновки дисертаційної роботи можуть бути застосовані ЗМІ і органами місцевого самоврядування, підприємницькими та державними установами при розповсюдженні соціально вагомих для суспільства інформаційних матеріалів, що мають стати важливим структуроформуючим чинником комфортного життя населення України. Теоретичні та практичні доробки можуть бути використані при формуванні дизайн-кодів міст, які сприятимуть їх економічному розвитку та туризму.

Публікації. Основні положення й результати дисертації відображені в 25 публікаціях. Статті, що опубліковані у наукових фахових виданнях України - 6, з них: 4 статті, що опубліковані в наукових виданнях, які включені до наукометричних баз даних Index Copernicus та РІНЦ; 1 стаття, що опублікована в науковому періодичному виданні іншої держави. Тез доповідей у збірниках матеріалів конференцій – 16. Додатково висвітлюють матеріали дослідження 3 статті, з яких: 1 у науковому фаховому виданні України, 2 опубліковані в наукових виданнях, які включені до наукометричних баз даних Index Copernicus та РІНЦ (іншої держави). Усі наукові результати отримані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, в роботі використано лише ті положення, які є результатом особистих напрацювань здобувача. Внесок здобувача в статті "Визначення екологічних принципів організації об'єктів предметно-просторового середовища" (Сосницький & Кравець, 2016) полягає в аналізі та систематизації екологічних чинників на пострадянському просторі. Визначені принципи допомогли відокремити низку застарілих методів та підходів організації предметно-просторового середовища міста.

Особистий внесок здобувача полягає у формулюванні науково-обґрунтованої системи принципів та художньо-образних рішень організації, розрізненні фактів, уявлень та професійних засобів комунікативного дизайну в Україні, та систематизації її дизайн-об'єктів. Розкрито генезу, окреслено сучасний стан і прийоми теоретичного і практичного розвитку інформаційно-комунікативного дизайну України, і зокрема Харкова, а також висвітлено її роль у формуванні сучасного інформаційно-комунікативного дизайн-середовища. Основні результати дослідження отримані дисертантом особисто.

Апробація результатів дисертації здійснювалась на міжнародних та всеукраїнських наукових, науково-методичних і науково-практичних конференціях, зокрема: «Культурно-мистецьке середовище: творчість та технології» (8-9 листопада 2014 р.); «Мистецька освіта в культурному

просторі України XXI століття» (Одеса, 28-30 квітня 2015 р.); «Концепція сучасної мистецько–дизайнерської освіти України в умовах євроінтеграції» в рамках VIII Міжнародного форуму «Дизайн-освіта 2015» (м. Харків, 15-16 жовтня 2015.); «Мультинаукові дослідження як тренд розвитку сучасної науки» (28 березня 2015 р.); «Весенние научные чтения» (15-16 жовтня 2015 р.); «Актуальні проблеми розвитку світової науки» (м. Київ, 14 вересня 2015 р.); «Развитие науки в XXI веке» (м. Харків, 28 вересня 2015 р.); «VII Міжнародної науково-практичної конференції Санкт – Петербург – Астана – Київ – Відень», (м. Київ, 28 квітня 2016 р.); «Актуальні проблеми розвитку світової науки» (м. Київ, 21 квітня 2016 р.) «Сучасні міждисциплінарні дослідження: історія, сьогодення, майбутнє» (м. Київ, 4 травня 2016 р.); «Сучасні тенденції розвитку архітектури та містобудування м. Харків» (м. Харків, 17 листопада 2017 р.); «Педагогічні аспекти підготовки викладачів з візуального мистецтва та дизайну: сучасність і перспективи» та «Актуальні питання мистецтвознавства: виклики XXI століття» (м. Харків, 9-12 жовтня 2017 р.); «Сучасні тенденції розвитку архітектури і містобудування» (м. Харків, 5 листопада 2017 року); «Актуальні питання сучасної науки» (Івано-Франківськ, 7-8 липня 2017 р.); «Функції дизайну у сучасному світі: виміри 2019» (22-23 березня 2019 р.). Основні положення та результати дисертаційної роботи були впроваджені у навчальний процес Харківського національного університету міського господарства імені О.М.Бекетова та застосовуються під час викладання дисципліни «Комп'ютерне моделювання інтер'єрних та екстер'єрних просторів» та «Комп'ютерне проектування архітектурних просторів».

Структура та обсяг дисертації.

Дисертація складається з анотації, вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел (233 позиції), додатків, які складаються з: ілюстрації (129 ілюстрацій), таблиць (13 позицій), списку публікацій здобувача за темою дисертації та документів щодо впровадження отриманих результатів. Обсяг основної частини дисертації становить 170 сторінок, повний обсяг дисертації з додатками – 285 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність і вибір теми, визначено мету, завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження. Показано зв'язок роботи з науковими темами й програмами, розкрито наукову новизну, теоретичне і практичне значення отриманих результатів. Наведено відомості про апробацію результатів дисертації, її структуру та обсяг.

У **першому розділі** дисертації «**Історіографія питання і методика дослідження**» проаналізовані й систематизовані літературні джерела, приведена класифікація об'єктів дослідження, розглянуто сучасний понятійний апарат у досліджуваній сфері дизайну, уточнено поняття «інформаційно-комунікативний дизайн», визначено методологічний підхід.

У *підрозділі 1.1. «Інформаційно-комунікативний дизайн як об'єкт*

соціально-гуманітарного дослідження» з'ясовано, що для ґрунтовного висвітлення принципів організації інформаційно-комунікативних дизайн-об'єктів сучасного міського середовища в Україні варто: по-перше, використовувати праці широкого кола науковців, які здійснюють дослідження в різних площинах, пов'язаних з історичним розвитком, становленням і формуванням особливостей комунікативного і графічно-інформаційного дизайну; по-друге, необхідно враховувати чималий практичний і теоретичний досвід науковців, які проводили дослідження «демонстрації» візуальної інформації і її участі в формуванні естетичного громадського середовища на території сучасної України. В основу покладено роботи, що стосуються загальних проблем історії розвитку дизайну й проектної культури. Серед них – праці Д. Авраменка, О. Бойчука, Н. Барсукової, С. Вергунова, В. Даниленка, С. Мигаля, В. Михайленка, О. Оленіної, М. Опалева, О. Орлової, Н. Сбітневої, В. Сидоренка, Н. Шебек, М. Яковлева. Зазначено, що висвітлення піднятих питань у дисертаційній роботі базується на комплексному дослідженні матеріалів, першоджерелом, яких є збір зразків організації інформаційно-комунікативних дизайн-об'єктів міського простору в світі і на території України, для знайдення теоретичного та практичного підтвердження отриманих результатів та апробації їх на території м. Харків.

У підрозділі 1.2. *«Методика та джерела дослідження»* визначено, що на різних етапах у процесі дослідження на основі системно-структурного підходу були використані загальнонаукові та спеціальні методи мистецтвознавчого аналізу, а саме: історичний метод, який дозволив цілісно та послідовно провести дослідження в різних площинах, пов'язаних з історичним розвитком; морфологічний метод був використаний для опису можливих варіантів організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища; метод візуального спостереження застосований для отримання первинної інформації у вигляді сукупності емпіричних тверджень про сучасний стан розвитку інформаційно-комунікативного дизайн-середовища в Україні; феноменологічний метод – для аналізу, що пов'язаний з дослідженням дизайн-об'єктів на рівні їх чуттєвого сприйняття; метод порівняльного аналізу був використаний при вивченні та узагальненні графічних та фото матеріалів показних об'єктів; метод художньо-композиційного аналізу допоміг визначити особливості організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища; графо-аналітичний метод дозволив зробити низку основних схем та таблиць, які узагальнюють та систематизують аналізований матеріал; метод системно-порівняльного аналізу був застосований при співвідношенні соціально-культурного доробку проектування дизайн-середовища міста в Україні на тлі світових тенденцій. Формування методичної бази роботи відбулося під впливом фундаментальних праць попередників.

У другому розділі *«Комунікативний дизайн як засіб формування інформаційного простору міста»* висвітлено прийоми побудови

інформаційно-комунікативного середовища в світі та розглянуто функціональні якості і пріоритети дизайн-об'єкта як одного з його складових. Окреслені принципи організації інформаційно-комунікативних дизайн-об'єктів міста на базі окреслених прийомів.

У підрозділі 2.1. *«Роль комунікативного дизайну у формуванні міського середовища»* виявлена класифікація об'єктів, які беруть участь у інформаційно-комунікативному середовищі за тими функціональними ролями, які вони повинні виповнювати у міському просторі. Систематизація їх будується за пріоритетами у комунікації між трьома основними складовими інформаційно-комунікативного простору: архітектурою, людиною та інформацією – посередником між котрими виступає комунікативний дизайн-об'єкт, виконуючи роль медіатора. Доведено, що загалом дія будь-якого дизайн-об'єкта несе дві вагомні складові: утилітарну та образну. Тобто сам дизайн-об'єкт можна наділити умовними поняттями «душа» та «тіло», відносно яких виповнюються певні дії в предметно-просторовому середовищі, що сприяє налагодженню інформаційно-комунікативного зв'язку в системі «людина-дизайн-архітектура». Зазначено, що відносно інформації, «душею» та «тілом» дизайн-об'єкта стануть семантика (нематеріальна якість посилення та необхідність її у середовищі) та формат (варіант презентації у виді графіки, аудіо- чи відеосюжетів); відносно архітектури – стилістика (спорідненість з візуальним виглядом будівлі) та конструкція дизайн-об'єкта (відповідність з конструктивними можливостями споруди), відносно людини – естетика та ергономіка, а відносно дизайну – засоби і художня образність.

У підрозділі 2.2. *«Сучасний досвід організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного простору. Концептуальні рішення «міст майбутнього»* проаналізовані закордонні аналоги реорганізацій територій та їх побудування через призму інформативності на сучасному етапі розробки і розташування новітніх дизайн-об'єктів у галузі комунікативного дизайну. Окреслена низка практичних прийомів, які застосовуються при розташуванні дизайн-об'єктів в інформаційно-комунікативному просторі світових міст та концептуальних рішеннях «міст майбутнього»: цитування історичної епохи; прийом стильової історично-художньої форми; прийом знаково-семантичної системи; побудування корпоративної ідентифікації; побудування образу міста; прийом структурної організації; використання незадіяних архітектурних просторів; побудування штучно підлеглих просторів; екологічність у виробництві матеріалів; психо-емоційна гармонія; художньо-естетична цілісність.

У підрозділі 2.3. *«Тенденції розвитку інформаційно-комунікативного дизайн-простору в містах України»* окреслені загальні радянські принципи організації інформаційно-комунікативного середовища міста: предметно-композиційний; функціональний; естетичний; екологічний. Виявлено, що на даний час вони стали неповноцінні через низку причин: відсутність чіткої типології великої кількості різномірних дизайнерських об'єктів; високий

рівень постійно зростаючої комунікативності та мобільності характеру міського життя; істотний відсоток непрофесійної практики. Проаналізовані останні досягнення у формуванні сучасного українського інноваційного міського середовища на прикладі концептуальних проєктів «КИЇВ SMART CITIES», програми творчих міст ЮНЕСКО «Львів – місто літератури». Виявлено, що перспективною цінністю українських міських середовищ є концептуально-інноваційна спрямованість комунікативного дизайну, в межах якої дизайн представлення інформації може розвиватися, охоплюючи: розробку альтернативних форм і способів її демонстрації; включення технологічних, кінетичних та естетичних можливостей світла і кольору; залучення музично-звукових можливостей в якості довершення сприйняття образу об'єкта чи середовища; напрацювання конкретних проєктних пропозицій щодо виправлення чи мінімізації існуючих проблем громадських просторів міста.

У **третьому розділі «Особливості організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного простору міста Харкова»** проаналізований сучасний стан інформаційно-комунікативного простору міста Харкова та специфіку формування його дизайн-об'єктів.

У *підрозділі 3.1. «Специфіка формування дизайн-об'єктів історичних площ»* проведено аналіз стану реорганізованих та історичних локацій міста Харкова, які користуються найбільшим попитом відвідування серед громадян. Окреслена низка переваг та недоліків організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища, на підставі використання виявлених прийомів та принципів у ході дослідження, та доцільність об'єктів, з точки зору функціональних пріоритетів дії у просторі. Невирішеною залишається проблема цілісності і гармонійності інформаційно-комунікативного середовища, з причини відсутності відображення унікальності досліджуваних територій в об'єктах міського комунікативного дизайну та відповідності рекламних об'єктів, чи декоративних панелей крамниць на фасадах будівель з функціональністю основного простору. Визначено, що розміщення рекламної продукції на досліджуваних територіях повинно бути як естетично, так і функціонально організованим. В силу того, що середовища мають складну багатофункціональну структуру, а хаотичне перенасичення непрофесійно розробленими висівками роблять її ще більш складною для сприйняття глядачем. Висновки у вигляді графо-аналітичних схем були проілюстровані для кожної локації.

У *підрозділі 3.2. «Аналіз дизайн-об'єктів відкритих просторів в зоні впливу вулиці Сумської»* окреслена низка територій, які доповнюють художньо-образну концепцію міської структури у межах дії вулиці Сумської: площа поезії та Театральний сквер, сквер Перемога, територія навколо оперного театру, Сад ім. Тараса Шевченка.

Визначено, що існує помітна відсутність єдиної художньої цілісності на прикладі браку художніх структуроформуючих елементів простору. Перенавантажена та складна композиційна структура потребує новітнього

підходу презентації територій, завдяки єдиному художньо-образному рішенням та виразній об'ємно-пластичній композиції дизайн-об'єктів на основі принципів їх інформаційно-комунікативної організації. В рамках чого і планується розповсюдити по територіям покажчики руху та таблиці з інформацією о тому чи іншому дизайн-об'єкті (наприклад для людей з поганим зором, чи слухом), інформаційні та інтерактивні табло, графічні та промислові об'єкти для велотранспорту. Завдяки цьому складна структура просторів може стати більш пристосована та адаптована для різних категорій відвідувачів через інформаційне оснащення.

У *підрозділі 3.3. «Аналіз дизайн-об'єктів рекреаційних середовищ в структурі центру»* проведено аналіз стану рекреаційних локацій міста Харкова, які користуються найбільшим попитом відвідування серед громадян. Виявлено, що переважно організація дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища повинна виконуватись за рахунок використання усієї низки принципів, що робить простір повністю функціональним для різних категорій населення з точки зору універсальності та гуманізації. А пріоритети впливу дизайн-об'єктів мають бути спрямовані на складові «дизайн», «людина» та «інформація». Негативними моментами залишаються інформаційний візуальний шум та відсутність естетичних дизайн-об'єктів на прилеглих локаціях, що відбувається через не наявність впливу на «архітектурну» складову інформаційно-комунікативного середовища міста. Однак, на окремих територіях, за останні роки робилися заходи щодо поліпшення зовнішнього вигляду міста. Нові вивіски на будівлях, пам'яток історії та культури, виконані з об'ємних світлових букв і гармонійно поєднуються з архітектурними особливостями споруд.

У **четвертому розділі «Стратегії формування дизайн-коду сучасного міста»** окреслено коло проектних засобів в рамках вирішення завдань побудови естетично гармонійних просторів міста. Розглянуто найбільш актуальні проектні рішення.

У *підрозділі 4.1. «Тенденції в проектуванні інформаційно-комунікативного міського простору»* запропоновані практичні та теоретичні методи проектування, та розміщення інформаційно-комунікативних об'єктів в місті Харкові. Окреслено опис основних та додаткових типів, що рекомендовані для використання конструкцій, а також інструкції для замовника по користуванню концепцією. У ній викладені методи розміщення конструкцій і представлені можливі варіанти заміни одного типу дизайн-об'єкта на інший. Розроблена графічна частина містить три види розгортки фасадів по всіх розглянутих вулицях: розгортка з фотофіксацією існуючого положення; фоторозгортка з умовними позначеннями можливості подальшої експлуатації існуючих конструкцій; розгортка-проект із зазначенням місць і типів вживання інформаційно-комунікативних конструкцій. Запропоновані основні положення, згідно яким повинна втілюватись концепція задля формування «дизайн-коду» міста: збереження архітектурної своєрідності, декоративного оздоблення, пластики фасадів; створення комфортного візуального простору; донесення до потенційного споживача відомостей про діяльність підприємства сфери

послуг. Для театрів, музеїв та інших культурно-видовищних підприємств представлені самостійні проектні рішення з урахуванням необхідності розміщення, крім вивіски з назвою, великоформатних змінних афіш і репертуарних вітрин.

У підрозділі 4.2. «**Принципи організації інформаційних дизайн-об'єктів в сучасному середовищі міст**» були виявлені аспекти, яким повинен відповідати результат діяльності дизайнера в сучасному світі, а саме: комунікативність; впорядкування зв'язків «людина-інформація-архітектура»; формування емоційно-образних станів середовищних ситуацій; забезпечення побутових зручностей; екологічна рівновага природи. Визначено, що передумовами до реорганізації сучасного інформаційно-комунікативного простору міста є: низька доцільна інформатизація простору; непідпорядкованість рекламних об'єктів; недостатність естетичної гармонії міського середовища; втрата зв'язку з навколишнім архітектурно-ландшафтним простором; відсутність чи невдосконаленість інтерактивних об'єктів; свідомість національної культурної автентичності; загрозливий психо-емоційний стан людини в техногенному просторі міста. Завдяки цьому було систематизовано вище виявлені практичні прийоми формування міських територій за своїм призначенням та визначено основні інформаційно-комунікативні принципи організації об'єктів предметно-просторового середовища міста, до яких вони відносяться, а саме: *принцип ремінісценції* (прийом цитування історичної епохи; прийом стильової історично-художньої форми; прийом знаково-семантичної системи); *принцип брендування* (побудування корпоративної ідентифікації; побудування образу міста); *принцип сюжетної конструкції* (прийом структурної організації, сюжетної організації); *принцип доповнення форми* (використання незадіяних архітектурних просторів; побудування штучно підлеглих просторів); *принцип екологічності* (екологічність виробництва; психо-емоційна гармонія; художньо-естетична цілісність).

У підрозділі 4.3. «**Практичні доробки та впровадження**» окреслено, що головними завданнями в реорганізації інформаційно-комунікативного середовища є: впорядкування розміщення рекламних конструкцій в історичній частині міста; формування повноцінного архітектурно-художнього міського середовища засобами комунікативного дизайну; розробка художніх рішень вивісок, гармонійно поєднаних з архітектурними, стилістичними і колористичними особливостями будівель; застосування передових технологій і матеріалів на підставі вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду міського інформаційно-комунікативного облаштування. Ці завдання можна здійснити шляхом використання визначених принципів з комплексом запропонованих практичних прийомів.

ВИСНОВКИ

У дисертації вирішено науково-практичне завдання доцільної організації дизайн-об'єктів в інформаційно-комунікативному просторі міста задля поліпшення комунікативної цілісності та якісної орієнтації у просторі.

1. Проаналізовано та систематизовано наукову літературу з досліджуваної проблематики, що дозволило означити сучасний стан розробки теми, а саме з'ясувати, що на даному етапі в українському науковому дискурсі не має досліджень, де повноцінно розглядаються проектно-художні принципи

організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища міста. Дослідження інформаційних джерел ХХ – початку ХХІ століття з теми наукової роботи за виділеними аспектами показав, що спеціалізована література окреслює праці, в яких демонструється культура в середовищі історичного розвитку комунікативного дизайну. Це дозволило виявити соціальні та культурні умови, які позначилися на його становленні. З'ясовано, що рівень дослідження комплексної організації інформаційно-комунікативного простору у вітчизняних і закордонних джерелах є недостатньою.

2. Вдосконалено типологізацію дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища за функціональними пріоритетами у просторі міста. Визначено три типи об'єктів: рекламно-інформаційні об'єкти, навігаційні об'єкти, комунікативні об'єкти.

3. Окреслені детальні передумови до реорганізації міського предметно-просторового середовища, задля поліпшення інформаційно-комунікативних якостей території: низька доцільна інформатизація простору міста; непідпорядкованість інформаційних об'єктно-пластичних форм; відсутність естетичної гармонії міського середовища; втрата зв'язку з навколишнім архітектурно-ландшафтним простором; відсутність чи невдосконаленість інтерактивних об'єктів; свідомість національної культурної автентичності; загрозливий психоемоційний стан людини в техногенному просторі міста.

4. Охарактеризовано специфіку орієнтації інформаційно-комунікативних дизайн-об'єктів у просторі, визначено, що з точки зору художньо-образної доцільності предметного світу важливо не тільки зовнішня – «тілесна», але і «внутрішня» – «духовна» гармонійність. Форма будь-якого дизайн-об'єкта може бути зовсім не важлива з зовнішніх позицій, однак стає важливим процес втілення виробу в міський простір, його існування і переходу в нові стани, тобто якість функціональної комунікації у середовищі. Виявлені складові інформаційно-комунікативного простору міста – «дизайн», «архітектура», «інформація», «людина» – та низка супутніх якостей («духовних» та «тілесних») пріоритетного впливу інформаційних дизайн-об'єктів на ці складові: «дизайн» – засоби і художня образність; «архітектура» – стилістика і конструкція; «людина» – естетика і ергономіка; «інформація» – семантика і формат.

5. Уперше виявлені особливості організації дизайн-об'єктів сучасного інформаційно-комунікативного середовища міста, які були класифіковані за прийомами та принципами. Встановлено, що завдяки практиці світового дизайну реалізуються низка художньо-образних та технічних прийомів, які активно використовуються: екологічність виробництва; побудування психоемоційної гармонії середовища; побудування художньо-естетичної цілісності; використання незадіяних архітектурних просторів (ніш, порожніх ділянок в конструкціях споруд); побудування штучно підлеглих просторів (стилістично підлеглих оточуючій архітектурі, для її візуального доповнення); дотримання корпоративної ідентифікації; побудування образу міста; цитування стильової історично-художньої форми; цитування знаково-семантичної системи; цитування історичної епохи; структурна організація; сюжетна організація. Вони були класифіковані за спорідненими назвами

виявлених принципів організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативні середовища міста, а саме: принцип ремінісценції; принцип брендування; принцип сюжетної конструкції; принцип доповнення форми; принцип екологічності. Ці принципи стануть основою для подальшого дослідження.

6. Окреслено особливості та проблеми організації дизайн-об'єктів в міському інформаційно-комунікативному середовищі міста Харкова. Аналіз територій міста Харкова показав, що головним завданням в організації інформаційно-комунікативного середовища є: впорядкування розміщення рекламних конструкцій в історичній частині міста; формування повноцінного архітектурно-художнього міського середовища засобами комунікативного дизайну; розробка художніх рішень висівок, гармонійно поєднаних з архітектурними, стилістичними і колористичними особливостями будівель; застосування передових технологій і матеріалів на підставі вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду міського інформаційно-комунікативного облаштування.

7. Сформовано рекомендації практичного впровадження виявлених теоретичних доробок естетизації міського інформаційно-комунікативного простору в Харкові. Вони можуть стати підставою для комплексної розробки «дизайн-коду» міста та естетичних аспектів розташування інформаційних об'єктів для підвищення комунікативних властивостей середовища з поліпшенням взаємозв'язку між людиною, дизайном та архітектурою. У складі рекомендацій запропонована низка практичних прийомів з проектування і розміщення об'ємно-пластичних дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища в місті Харкові. Вони складають опис основних і додаткових типів, рекомендованих для використання конструкцій. Основні підстави вибору художнього рішення конструкції дизайн-об'єкта інформаційно-комунікативного простору міста були направлені на: збереження архітектурної своєрідності, декоративного об'ємно-пластичного оздоблення та пластики фасадів; створення комфортного візуального простору; донесення до потенційного споживача добре візуалізованих відомостей про діяльність підприємства сфери послуг.

8. Окреслено, що трансформативність, мобільність, інтерактивність середовищних дизайн-об'єктів сприяють створенню більш комфортного гуманізованого інформаційно-комунікативного середовища для життєдіяльності і перебування людини. Ідеї адаптивності допомагають створювати виразні художньо-пластичні дизайнерські рішення, які не втрачають актуальності і задовольняють потреби екології, естетики і суспільства. Впровадження принципів адаптації інформаційно-комунікативних середовищних об'єктів відкриває великі перспективи для використання в дизайні науково-технічних розробок, що генерують нові ідеї.

9. Доведено, що комплексне застосування сучасних прийомів та принципів організації дизайн-об'єктів, з долученням схеми пріоритетів дії на складові інформаційно-комунікативного середовища, дозволяє побудувати

гармонійний комунікативний простір міста, який би був адаптований для усіх верств населення.

10. Матеріали дисертації відкривають перспективи для подальшого наукового дослідження процесів організації дизайн-об'єктів в інформаційно-комунікативному середовищі міста, та можуть бути використані у якості практичного інструментарію як в створенні дизайн-коду міста Харкова, так і в навчальному процесі для майбутніх дизайнерів.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ:

Статті, що опубліковані в наукових фахових виданнях України:

1. Сосницький, Ю. О. (2015а). *Сучасні проблеми в організації предметно-просторового середовища на прикладі реорганізованих просторів Харкова*. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: зб. наук. праць, вип. XXXV. К.: Міленіум, 278 с.

2. Сосницький, Ю. О. (2017а). *Виявлення принципів організації об'єктів реклами в предметно-просторовому середовищі міст* / Народознавчі зошити. Збірка наукових праць № 6. Львів, с. 53-60.

Статті, що опубліковані в наукових виданнях, які включені до наукометричних баз даних:

3. Сосницький, Ю. О. & Кравець В.Й. (2016а). *Визначення екологічних принципів організації об'єктів предметно-просторового середовища / Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті*. Збірка наукових праць, №1. Харків, с. 98-104. (*Index Copernicus*)

4. Сосницький, Ю. О. (2016b). *Огляд зарубіжних концепцій екологічного проектування*. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. Вип.36. Київ, 2016, с. 28-37. (*РИНЦ*)

5. Сосницький, Ю. О. (2017b). *Інноваційні принципи та прийоми організації об'єктів реклами площі Конституції у м. Харків*. Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті. Збірка наукових праць № 1. Харків, с. 98-104. (*Index Copernicus*)

Стаття, що опублікована в науковому періодичному виданні іншої держави:

6. Сосницький, Ю. А. (2016с). *Проектные средства, применяемые при решении задач организации экпространства в г. Харьков (Украина)*. Учреждение образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова». Искусство и культура. 2016. № 3. Витебск (Белоруссия): УО «ВГУ им. П. М. Машерова», с.77-82. (*РИНЦ Республіка Білорусь*)

Наукові праці апробаційного характеру:

7. Сосницький Ю. А. (2014а). *Екологізація архітектурного пространства*. Культурно-мистецьке середовище: творчість та технології. Зб. Матеріалів Шостої Міжн. Наук.-творчої конф., присвяченої 10-річчю кафедри мистецьких технологій, 8-9 листопада 2014 р. К.: НАКККіМ, 260 с., 243-245.

8. Сосницький, Ю. О. (2015b). *Анализ территории «ЦПКиО им. М. Горького» в рамках диссертационного исследования экологических принципов формирования объектов предметно-пространственной среды города Харькова*. Сборник публикаций Научно-исследовательского центра «Знание» по материалам VI Международной заочной научно-практической конференции «Развитие науки в XXI веке» 2 часть г. Харьков: Научно-информационный центр «Знание», 124 с., 71-74.

9. Сосницький, Ю. А. (2015c). *К вопросу изучения современных экологических принципов предметно-пространственной среды*. Сборник публикаций Научно-исследовательского центра «Знание» по материалам VI Международной заочной научно-практической конференции «Весенние научные чтения» 2 Часть. Д.: Научно-информационный центр «Знание», 136 с.116–119.

10. Сосницький, Ю. А. (2015d). *К вопросу формирования дизайна среды современных рекреационных зон*. Збірник центру наукових публікацій з матеріалами міжнародної науково-практичної конференції: «Мультинаукові дослідження як тренд розвитку сучасної науки»: збірник статей. К.: Центр наукових публікацій, 146 с., 126 -131.

11. Сосницький, Ю. А. (2015e). *Наружная реклама как элемент коммуникативной среды*. Збірник центру наукових публікацій: «Велес» за матеріалами міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми розвитку світової науки». К.: Центр наук. публікацій, 168 с. 136-139.

12. Сосницький, Ю. А. (2015f). *Приемы реорганизации наружной рекламы как элемента «визуального шума» городской среды*. Концепція сучасної мистецько-дизайнерської освіти України в умовах євроінтеграції. Збірник матеріалів Міжнародної науково-методичної конференції професорсько-викладацького складу і молодих учених в рамках VIII Міжнародного форуму «Дизайн-освіта 2015», м.Харків, 15-16 жовтня 2015 року. Харків: ХДАДМ, 220 с.

13. Сосницький, Ю. А. (2015g). *Экологические принципы предметно-пространственной среды города Харькова*. Мистецька освіта в культурному просторі України XXI століття. Зб. матеріалів Міжн. наук.-творч. конф., Київ, Одеса, 28-30 квітня 2015 р. К.: НАКККіМ, с.326-328.

14. Сосницький, Ю. О. (2016d). *Екокультура як вектор розвитку проектної культури*. Сучасні міждисциплінарні дослідження: історія, сьогодні, майбутнє. Збірник наукових праць (4 травня 2016 року). Київ: Видавництво «Аграр Медіа Груп», 128 с., 89-93.

15. Сосницький, Ю. О. (2016e). *Специфика и критерии оценки объектов екодизайну в предметно-просторовому середовищі*. Актуальні проблеми сучасної науки: тези доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції (Санкт-Петербург – Астана – Київ – Відень, 28 квітня 2016). URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/conf-2016/april/1021/>

16. Сосницький, Ю. О. (2016f). *Тенденції розвитку екодизайну міста в Україні*. Збірник центру наукових публікацій: «Велес» за матеріалами міжнародної науково-практичної конференції: «Актуальні проблеми

розвитку світової науки», 1 частина м.Київ: збірник статей (рівень стандарту, академічний рівень). К.: Центр наукових публікацій, 128 с., с. 100-105.

17. Сосницький, Ю. О. (2017с). *Інноваційні принципи та прийоми організації об'єктів реклами площі конституції у м. Харків*. Збірник матеріалів Міжнародної науково-методичної конференції «Педагогічні аспекти підготовки викладачів з візуального мистецтва та дизайну: сучасність і перспективи» та «Актуальні питання мистецтвознавства: виклики ХХІ століття», м.Харків, 9-12 жовтня 2017 року. Харків: ХДАДМ, 220 с.

18. Сосницький, Ю. О. (2017d). *Інноваційні рекламні об'єкти у міському просторі*. Актуальні питання сучасної науки. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Івано-Франківськ, 7-8 липня 2017 року. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 128 с. 23-26.

19. Сосницький, Ю. О. (2017f). *Особливості організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища міста Харкова*. Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні тенденції розвитку архітектури та містобудування м.Харків», 17 листопада 2017 року. Харків: ХНУМГ ім. Бекетова.

20. Сосницький, Ю. О. (2017g). *Проблеми організації рекламних об'єктів в міському середовищі Харкова*. Актуальные научные исследования в современном мире. Выпуск 6 (26). Переяслав-Хмельницький, Ч. 4., с. 130-134.

21. Сосницький, Ю. О. (2018). *Особливості організації інформаційно-комунікативного середовища міста Харкова*. Сучасні тенденції розвитку архітектури і містобудування. Матеріали всеукраїнської науково-технічної конференції. Харків. Видавець і виготовлювач: Харківський національний університет міського господарства, 290 с., 221-223.

22. Сосницький, Ю. О. (2019). *Стратегії формування дизайн-коду сучасного міста. практичні доробки та впровадження*. Зб. Матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції «Функції дизайну у сучасному світі: виміри 2019». Сумський державний університет. Суми: ФОП Цьома С.П., 120 с. – С.86-88.

Статті, що додатково висвітлюють результати дослідження:

23. Сосницький, Ю. А. (2014b). *Основные позиции теории современного экологического дизайна*. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура. № 3. Харків, с. 24-27. (Index Copernicus)

24. Сосницький, Ю. А. (2014с). *Основные принципы теории современного экологического дизайна*. Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2. Искусствоведение. Филологические науки. № 1. с. 45-49. (РИНЦ Російська Федерація)

25. Сосницький, Ю. О. (2016g). *Апробація екологічного чинника в дизайн-об'єктах міського середовища (на прикладі курсових і дипломних роботах студентів Харківської державної академії дизайну і мистецтв)*. Вісник Львівської національної академії мистецтв. Вип. 28. Харків, с. 322-330.

АНОТАЦІЯ

Сосницький Ю.О. Особливості організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного середовища сучасного міста (на прикладі м. Харків). – На правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства за спеціальністю 17.00.07 – дизайн. – Національний університет «Львівська політехніка» Міністерства освіти і науки України. – Львів, 2019.

У дисертації представлені результати дослідження проектно-художньої організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативних середовищ. Автором відокремлені практичні світові прийоми задіяння дизайн-об'єктів у простори міст. Види інформаційно-комунікативних середовищ та приводи до їх реорганізації. Виявлені функціональні пріоритети дизайн-об'єктів у міському просторі відносно їх «духовних» та «тілесних» властивостей. Досліджена низка реорганізованих та історичних локацій міста з приводу виявлення позитивних і негативних інформаційно-комунікативних якостей. Аналізується сучасний стан теоретичного надбання у розвитку власного «дизайн-коду» міста. У ході дослідження пропонується ряд інноваційних принципів і прийомів, які зможуть реорганізувати сучасне положення інформаційно-комунікативного простору з урахуванням функціональності кожної окремої локації та власної естетичної ідентифікації. Відокремлюється комплекс інтерактивного і новітнього обладнання, яке повинно знаходитися у цій місцевості задля відновлення первозданної історичної концепції архітектурного довкілля та створення унікального, приналежного до цієї території, предметно-просторового середовища, що також призведе до підвищення якості інфраструктури та інформативності простору міста.

Результати дослідження відкривають перспективи подальшої наукової та практичної розробки концепції організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативних середовищ міст України та формування «дизайн-коду» міста Харкова.

Ключові слова: інформація, комунікація, дизайн-об'єкти, «дизайн-код», принципи, прийоми, інтерактивність, інновація.

АННОТАЦИЯ

Сосницький Ю.А. Особенности организации дизайн-объектов информационно-коммуникативной среды современного города (на примере г. Харьков). – На правах рукописи. Диссертация на соискание ученой степени кандидата искусствоведения по специальности 17.00.07 – дизайн. – Национальный университет «Львовская политехника» Министерства образования и науки Украины. – Львов, 2019.

В диссертации представлены результаты исследования проектно-художественной организации дизайн-объектов информационно-коммуникативных сред. Автором выделены практические мировые приемы задействования дизайн-объектов в пространства городов. Виды информационно-коммуникативных сред и поводы к их реорганизации. Вывявлены функциональные приоритеты дизайн-объектов в городском

пространстве относительно их «духовных» и «телесных» свойств. Исследован ряд реорганизованных и исторических локаций города для выявления положительных и отрицательных информационно-коммуникативных качеств. Анализируется современное состояние теоретического наследия в развитии собственного «дизайн-кода» города. В ходе исследования предлагается ряд инновационных принципов и приемов, которые помогут реорганизовать современное положение информационно-коммуникативного пространства с учетом функциональности каждой отдельной локации и собственной эстетической идентификации. Выделяется комплекс интерактивного и новейшего оборудования, которое должно находиться в этой местности для восстановления первоначальной исторической концепции архитектурного пространства и создания уникальной, относящейся к этой территории, предметно-пространственной среды, что также приведет к повышению качества инфраструктуры и информативности территорий города.

Результаты исследования открывают перспективы дальнейшей научной и практической разработки концепции организации дизайн-объектов информационно-коммуникативных сред городов Украины и формирования «дизайн-кода» города Харькова.

Ключевые слова: информация, коммуникация, дизайн-объекты, «дизайн-код», принципы, приемы, интерактивность, инновация.

ABSTRACT

Sosnytskiy Yu. O. Features of informational and communicative environment of the city design objects organization (using the city of Kharkiv as an example). – On the rights of manuscript. Thesis for a Candidate Degree in Art Studies, speciality 17.00.07 – design. – National University “Lviv Polytechnic” of the Ministry of Education and Science of Ukraine. – Lviv, 2019.

The thesis presents the results of the study of the system of factors forming the informational and communicative environment of the city in terms of the design objects structural principles in the urban environment. Counterparts of the city informational and communicative environment are identifying as a complex phenomenon of the design-object action in the urban environment. The content of concepts 'design object', 'informational and communicative environment', 'communicative design is analyzed.

In the first section ('Historiography of the issue and methods of research') literary sources are analyzed and systematized, the classification of objects of research is given, the modern conceptual apparatus is considered in the research area of design, the methodological approach is determined. The problems of information design objects organization within the framework of historical development of communicative design are investigating; active use of coloring, lighting, and interactive technologies in the organization of communicative environment; formation of architectural-landscape environment aesthetics and filling it with design objects; sign-semantic, socio-cultural, psychological and economic orientation– provided a comprehensive coverage of the artistic-and-

figurative and form-shaping features of contemporary communicative design objects.

The second section ('Communicative design as a means of shaping the urban informational environment') the methods of building the informational and communicative environment in the world are highlighted and the functional qualities and priorities of the design object as one of its components are considered. The typology of all design objects of the informational and communicative environment with respect to functional priorities in the city environment was proposing: advertisement-informational objects, navigational objects, communicative objects. The components of the urban informational-communicative environment were identified – 'design', 'architecture', 'information', 'man' – and a number of attending qualities ('spiritual' and 'bodily') of the priority influence of the informational design objects on these components: 'design' – means and artistic figurality; 'architecture' – stylistics and structure; 'man' – aesthetics and ergonomics; 'information' – semantics and format.

In the third section ('Features of the organization of urban informational and communicative environment design objects of the city of Kharkiv') the current state of informational and communicative environments of the city of Kharkiv is analyzing while identifying drawbacks and advantages. The problems of the design objects organization in the urban environment are outlining. It was revealed that the main reason for the creation of 'visual noise' and violations of environmental communicative in the city is the lack of clearly established rules for the priority placement of informational-and-navigation and advertising design objects in the urban environment. As a result, in the most populated city areas, with a high percentage of visits, there is a shortage in necessary number of city terminals, ATMs, access points to the WI-FI network, and in some areas, even traffic lights. In addition, advertising entrepreneurs place design objects chaotically, pursuing one and only goal: creating more significant and noticeable 'spot' in urban environment.

In the fourth section ('Strategy for a modern city design code creation'), the of informational and communicative design objects organizational principles are outlined on the basis of the above-mentioned methods, as well as the conceptual methods for its further development in order to form their own urban 'design code'. The recommendations for the practical implementation of the discovered theoretical achievements of the anesthetization of the city informational and communicative environment in Kharkiv have been forming. It is revealing that transformability, mobility, interactivity of environmental design objects contribute to the creation of a more comfortable humanized informational and communicative environment for human activities and habitation. Ideas of adaptability help creation of expressive artistic and plastic design solutions, which are still relevant and satisfy the needs of ecology, aesthetics and society. Implementation of the adaptation principles of informational and communicative environmental objects opens up great prospects for use scientific and technological developments that generate new ideas, in the design.

The thesis outlines the appropriate prerequisites for the reorganization of the urban object-spatial environment on the example of city Kharkiv, in order to

improve the informational and communicative qualities of the territory: low expedient informatization of the city's environment; non-subordination of information dimensional-plastic forms; lack of aesthetic harmony of the urban environment; loss of connection with the surrounding architectural and landscape environment; lack of perfection or imperfection of interactive objects; consciousness of national cultural authenticity; threatening psycho-emotional state of man in the man-made city environment. The specificity of the orientation of informational and communicative design objects in the city of Kharkiv environment is characterizing. It is determined that from the point of view of artistic-figurative expediency of the objective world, not only external - 'physical', but also 'internal' - 'spiritual' harmony is of importance. For the first time, the methods and principles of organizing the design objects of the modern urban informational and communicative environment have been developed and classified. It has been establishing that, thanks to the world design practice, a number of artistic-figurative and technical devices that are actively used, are being implemented.

Key words: design object, informational and communicative design environment, communicative design.

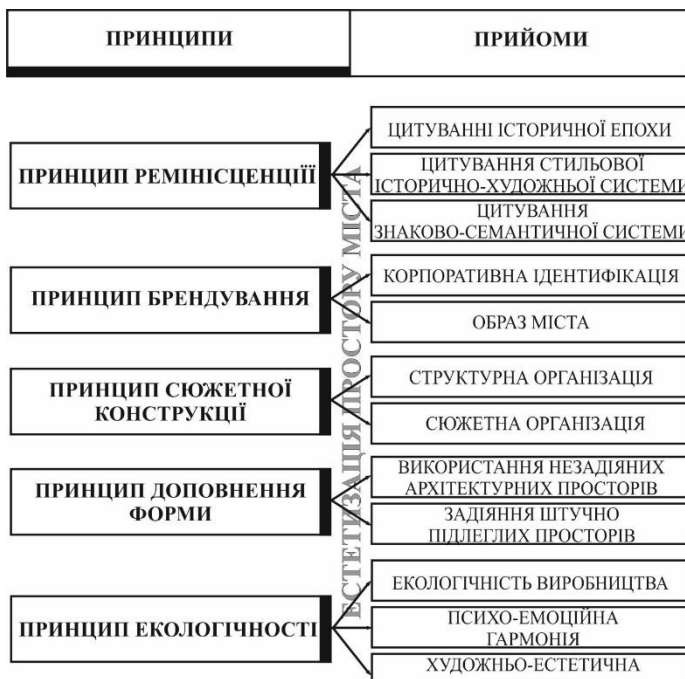


Схема 1. Класифікація прийомів за принципами організації дизайн-об'єктів інформаційно-комунікативного простору міста

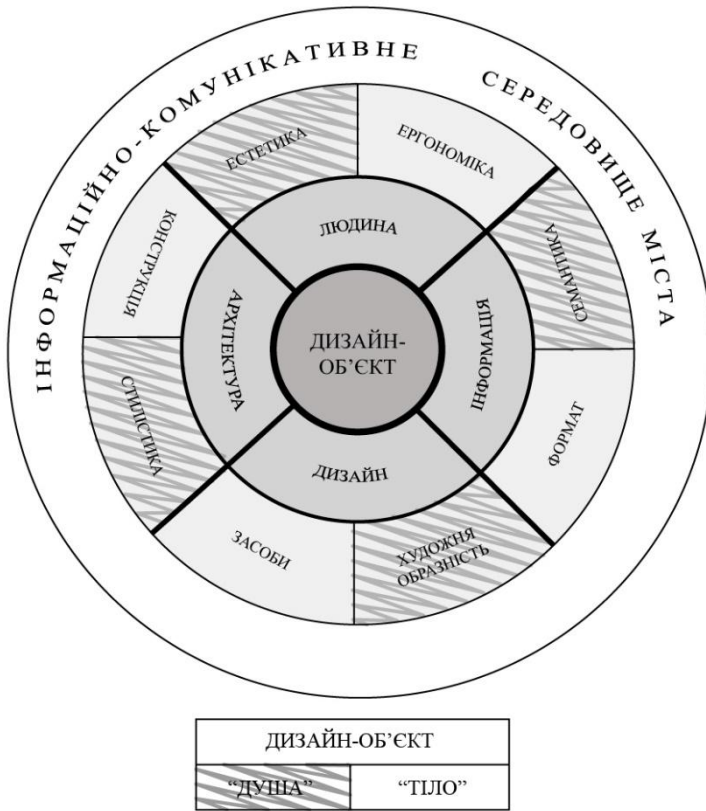


Схема 2. Графік пріоритетного впливу інформаційних дизайн-об'єктів на складові інформаційно-комунікативн простору міста