



Рисунок 4 – Логотип музыкальной группы Queen

А вот логотип группы Queen создал сам Фредди Меркьюри, учившийся на дизайнера. Символизм напоминает логотип Led Zepplin: знак также иллюстрирует каждого участника группы. Каждое существо отображает знак зодиака одного из участников группы:

- два льва – Роджер Тейлор и Джон Дикон;
- две феи – дева, Фредди Меркьюри;
- пылающий краб – рак, Брайан Мэй.

Все они держат букву Q и царскую корону в центре. А также нельзя не заметить, что знак напоминает герб Великобритании, откуда музыканты родом (рис. 4).

Таким образом, нельзя обесценивать важность наличия хорошего логотипа у музыкальной группы. Безусловно, один только удачный знак не принесет коллективу успеха, точно так же, как и просто талантливое творчество музыкантов его не гарантирует. Эти факторы должны работать в совокупности друг с другом, маркетинг и брендинг работает на творчество и наоборот.

Список использованных источников

1. Музыкальный брендинг: как культовые логотипы формируют визуальную идентичность музыкальных групп. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.uprock.ru/articles/muzykalnyy-brening-kak-kultovye-logotipy-formiruyut-vizualnyu-identichnost-muzykalnyh-grupp>. – Дата доступа: 04.03.2023.
2. 22 культовых логотипа. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.redbull.com/ru-ru/22-best-logos-part-2>. – Дата доступа: 10.03.2023.

УДК 721.012

ВИДЕОЭКОЛОГИЯ В СОВРЕМЕННОМ ГОРОДЕ

Малин А.Г., доц., Ермакова Я.Д., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассматриваются вопросы архитектурного дизайна, в основе которых лежат реальные задачи по созданию адекватной оптимально комфортной городской среды. Актуальность темы статьи обусловлена проблемами психологического комфорта в условиях крупных городов. Рассматривается видеоэкология, являющаяся разделом эргономики – науки о взаимодействии человека с окружающей видимой средой, которая тесным образом связана с фундаментальными науками: экологией, биологией, физикой, математикой; медицинскими: психологией, физиологией, офтальмологией, а также с архитектурой, её строительными технологиями и дизайном.

Ключевые слова: видеоэкология и визуальное восприятие, эргономика, городской архитектурный дизайн, гомогенная среда, агрессивная среда, комфортная визуальная среда, видимая среда города, экологический фактор и психология восприятия человека.

В современном мире проблемы экологии приобрели экономическую значимость для всего человечества, но и визуальная среда оказывает не менее сильное воздействие на состояние человека, поэтому данная тема в последнее время стала очень актуальной. Термин «видеоэкология» был введен доктором биологических наук В. А. Филиным в 1989 году. Этот термин состоит из двух слов: «видео» – все то, что человек видит с помощью органа зрения и «экология» – наука о разных аспектах взаимодействия человека с окружающей средой и её влияния на психофизиологическое здоровье человека.

Как выяснилось, ежедневное созерцание унылых рядов пятиэтажек, равно как и сверхсовременных сооружений в стиле хай-тек, может вызвать у человека целый букет серьезных заболеваний: от близорукости до эпилепсии и прочих психических недугов. Облик больших городов и его влияние на людей и изучает видеоэкология.

Исследования ученых доказали, что большие однотонные поверхности без каких-либо ярких пятен оказывают негативное воздействие на организм человека. Классический пример – белый лист бумаги. Сканируя пространство, глаз не находит объекты, за которые можно было бы зацепиться взгляду, поэтому мозг не получает никакой информации. Это вызывает дискомфорт и позволяет сделать вывод, что данный объект уродлив. Подобными предметами наполнен любой город. На улицах – это глухие заборы, гладкие двери, голые торцы зданий, панели большого размера, монолитное стекло, асфальтовое покрытие дорог, крыши домов, палатки, гаражи и павильоны. В общем, любая одноцветная монотонная плоскость, ограниченная прямыми линиями.

В создавшейся обстановке прежде всего о проблеме видеоэкологии должны знать специалисты по экологии, архитекторы, художники, врачи, физиологи, психологи, а также законодательные и исполнительные органы государства. Видеоэкология должна стать феноменом массового сознания. Не случайно проблема экологической заинтересованности обществом приобрела для многих стран экономическую и социальную значимость. В настоящее время она является областью особого внимания ученых, общественности и парламентариев. Однако когда речь идет об экологических проблемах, обычно говорится о плохом воздухе, загрязненной воде, повышенном шуме и радиации и не упоминается о не менее важном экологическом факторе – постоянной видимой среде и ее состоянии.

Видеоэкология (от латин. Video – видеть, греч. Οίκος и λόγος – экология) – наука молодая, представляющая область знаний о взаимодействии человека с окружающей видимой средой. Термин предложил в 1989 г. русский физиолог Василий Антонович Филин, который является родоначальником науки видеоэкологии.

Под видимой средой следует понимать окружающую среду, которую человек воспринимает через орган зрения во всем ее многообразии – это лес, берег моря, небо, горы, здания, сооружения, это интерьер жилых и производственных помещений, автомашины, корабли, самолеты и т. д. Иными словами все то, что мы воспринимаем через орган зрения. Всю видимую среду можно условно поделить на две части: естественную и искусственную. Естественная видимая среда находится в полном соответствии с физиологическими нормами зрения. Искусственная среда все больше отличается от природной и во многих случаях находится в противоречии с законами зрительного восприятия человека. Такая среда породила еще одну проблему экологии человека – проблему видеоэкологии.

«Загрязнителями» визуальной среды являются гомогенные («голые» поверхности) и агрессивные (поверхности, содержащие множество одинаковых, равномерно распределённых видимых элементов) визуальные поля, а также большое число прямых линий, прямых углов, статичных поверхностей большого размера и бедной цветовой гаммы.

Гомогенная визуальная среда – это такая среда, в которой либо совсем отсутствуют видимые элементы, либо число их резко снижено. В природе гомогенная видимая среда представлена огромными снежными просторами Арктики или Антарктики. В повседневной жизни человек часто сталкивается с гомогенной средой в городе, дома, на производстве и в транспорте.

В городской среде возникает много гомогенных видимых полей, которые, в частности, создают к примеру, торцы зданий. При взгляде на голую стену глазу совершенно не за что «зацепиться», так как отсутствуют детали для фиксации взгляда. В вечернее время дня такая стена создает темное гомогенное поле, угнетающего вида. А в солнечный день это яркая белая плоскость, на которую смотреть практически невозможно, как и на тот белый лист.

И раньше в процессе здания появлялись голые стены, но архитектор умел насытить их деталями. Теперь такие стены стали нормой градостроительной практики и появляются не только при возведении панельного дома, но и при использовании кирпичной кладки. Однако в градостроительной практике есть примеры настенной живописи, с помощью которой удастся избавиться от гомогенных полей, но, к сожалению, стрит-арт и мурал-арт еще не получили широкого распространения. Как результат – отсутствие зрительных раздражителей ведет к ощущению «зрительного голода», длительное пребывание горожан в однообразной видимой среде ведет к выраженному психологическому дискомфорту, аналогичному тому, который испытывают полярники.

Таким образом, можно утверждать, что декор зданий имеет функциональное значение. Человек оказывается жертвой своего собственного творчества. Проекты из стекла и бетона задуманные

с очевидным пренебрежением к видеоэкологии безусловно обречены на неудачу. Для своего оптимального существования человек должен иметь благоприятную среду, соответствующую физиологическим нормам. Но есть и агрессивная визуальная среда, которая формирует агрессивные видимые поля, на которых равномерно рассредоточено большое число одинаковых элементов. Современная архитектура в большинстве случаев представляет своим видом агрессивную видимую среду в городе. Это присуще всем многоэтажным зданиям, где на огромной стене рассредоточено большое число окон.

Основной причиной ухудшения визуальной среды города – запоздалое появление видеоэкологии. Есть основания полагать, что столь масштабных ухудшений визуальной среды городов удалось бы избежать, если бы видеоэкология как наука заявила о себе раньше и вовремя указала на негативные последствия в формировании городской среды. Однако произошло явное отставание.

Проблемы визуального восприятия решает комфортная визуальная среда, которая создает в городских условиях ощущение комфорта, что достигается охватом пространства и комбинациями объемов, чередующимися размерами малых и больших плоскостей и большими площадями озеленения. А еще важен декор – это необходимые функциональные тектонические элементы, которые составляют основу здания и создают разнообразие видимой визуальной среды. Без них невозможна полноценная работа глаз. Наличие кривых линий разной толщины и контрастности, острых углов в виде вершин и заострений, образующих силуэт, разнообразие цветовой гаммы, сгущение и разрежение видимых элементов и разная их удаленность являются характерными ее чертами. Без сомнения самая комфортная для глаза визуальная среда – природа. В ней все механизмы зрения работают в оптимальном режиме. Совершенно очевидно, что грамотно организованная искусственная среда должна приближаться к естественной.

Архитектура – это долговечный, дорогостоящий и материалоемкий пласт культуры, который формирует урбанистический образ города на долгие годы, в ней материализованы гигантские физические и интеллектуальные усилия цивилизованного общества. Эти усилия не должны быть напрасными. Прежде всего – объекты архитектуры должны радовать глаз. Они должны положительно воздействовать в эмоциональном и нравственном отношении на человека, к которому находится под их влиянием всю жизнь, и конечно, они не должны наносить ущерб здоровью горожанина.

Городской архитектурный дизайн призван делать городскую среду красивой и неповторимой, создавать комфорт, обеспечивать информационное пространство. Нельзя также забывать о благоустройстве территорий, озеленении и цветочном оформлении, вводить цвет и в архитектуру.

Актуальность проблемы видеоэкологии очевидна, но, к сожалению, до сих пор не разработаны нормативные документы по формированию визуальной среды, нет требований по допустимым отклонениям, в частности по ограничению гомогенных и агрессивных полей в архитектуре города.

Ситуация очевидна и она диктует современные правила игры – создавая окружающую нас искусственную среду, мы в первую очередь должны стремиться к природоподобию и природосообразности, как в отношении формируемых силуэтов зданий, так и их декоративным по форме и цвету видимым элементам, малым архитектурным и «зеленым» формам. Это основное правило формирования комфортной визуальной среды, знать которое должны все специалисты, занимающиеся созданием и преобразованием окружающей искусственной городской среды.

Люди должны находиться в комфортной визуальной среде постоянно. Только таким путем и можно выработать потребность к красоте, и тем самым можно будет добиться их высшего развития. В решении этой глобальной проблемы видеоэкология может быть методологической основой. Принципы и методы видеоэкологии позволяют не стихийно, как делалось до последнего времени, а осознанно формировать визуальную среду городов, полностью соответствующую физиологическим нормам зрения.

Список использованных источников

1. Филин, В. А. Визуальная среда города / В. А. Филин // Вестник международной академии наук. 2006.
2. Видеоэкология. Проблемы городского дизайна [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.stud24.ru/ecology/videojekologiya-problemy-gorodskogo-dizajna/221902-649584-page1.html>. – Дата доступа: 10.03.2023.
3. Видеоэкология в городской среде - Экология городской среды [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://bstudy.net/824955/bzhd/videoekologiya_gorodskoy_srede. – Дата доступа: 10.03.2023.