

УДК 74.01/.09

Хакимова Д.Р. – студент

E-mail: hakimovadr@mail.ru

Кулеева Л.М. – кандидат архитектуры, профессор

E-mail: la_mur@rambler.ru

Казанский государственный архитектурно-строительный университет

Адрес организации: 420043, Россия, г. Казань, ул. Зелёная, д. 1

Система визуальной навигации для коворкинга в помещениях КГАСУ

Аннотация

Целью работы являлось создание системы визуальной навигации для коворкинг-пространств в структуре ВУЗа. Был изучен зарубежный и отечественный опыт в формировании коворкингов, а так же современный опыт проектирования навигационных систем в помещениях. К тому же, были выявлены подходящие помещения под коворкинг и наиболее оптимальные условия организации этой функции в структуре КГАСУ. Были изучены варианты планировки, функционального зонирования и декорирования коворкинг-пространств. Помещения были условно поделены на: помещения постоянного, временного использования и транзитные зоны.

Ключевые слова: коворкинг, визуальная навигация, указатели, оборудование, пространства в ВУЗе.

Введение

На сегодняшний день все большее внимание уделяется пространственной среде и принципам ее проектирования. Наиболее актуальными элементами зонирования и структурирования пространств являются знаки визуальной коммуникации. Такие носители информации, которые предоставляют человеку информационные данные об окружающей его среде. Большая часть исследований посвященных визуальным коммуникациям относится к городской среде. В то время в интерьере, раскрыта недостаточно полно. Необходимо выявить особенности и принципы внедрения визуальных коммуникаций, цветовой навигации, а так же информационных знаков во внутренне пространство. Визуальные информационные системы решают широкий спектр проблем. Коммуникации способствуют ориентации, оценке эстетических и эмоциональных особенностей окружающего пространства.

Визуальные коммуникации

Визуальные коммуникации – это передача информации с помощью визуального языка (инфографики, изображений, образов, знаков, типографики). Так же визуального восприятия с помощью органов зрения и психологии восприятия. Коммуникации объединяет в себе образы, цвета, речь, письменный язык, с помощью которых возможно создать сообщения, которые будут понятны, нести необходимую информацию, а так же будут эстетически приятны взгляду зрителя.

Проектируя системы визуальных коммуникаций, необходимо учитывать восприятие элементов системы, способы получения информации человеком посредством зрения, информационных знаков, тактильных ощущений, слуха, функциональную приемлемость средовых элементов коммуникативной группы. Важно, что бы восприятие систем было доступно для человека к самостоятельной организации и регулировке информационного потока (например, в интерактивных медиа-носителях).

Разрабатывая систему визуальных коммуникаций, следует создавать полный образ среды с помощью внедрения разнообразных информационных носителей. Часто случается, что элементы визуальных коммуникаций изменяют уже сформировавшийся стиль.

Среди самых важных функций коммуникативного дизайна стоит формирование сценария человеческого поведения. Информативные средовые элементы способны и созданы для того, чтобы структурировать жизнедеятельность человека, что также

привносит существенные ограничения и требования к проектированию непосредственно информационных знаков и к их размещению в помещениях КГАСУ.

Основными преимуществами визуальных коммуникаций должны является быстрота их восприятий и быстрое реагирование на коммуникационные сигналы. Визуальные коммуникации не должны вызывать раздражения у посетителя, они должны ненавязчиво ориентировать человека в пространстве Вуза по направлению к коворкингу.

К отрицательным свойствам можно отнести то, что неудачный пример коммуникаций может надолго запечатлеться в сознании посетителя, поэтому, при проведении рекламных акций с использованием значительного объёма визуальных коммуникаций, необходимо тщательно продумать и протестировать данную акцию, во избежание роковых ошибок.

Функции коммуникаций

Функциями визуальных коммуникаций, в том числе любых коммуникаций, являются:

- информационная (передача информации);
- прагматическая (способность передавать коммуникационную установку, которая оказывает определенное воздействие на получателя).
- экспрессивная (способность передавать не только смысл, но и давать оценку информации);

Средства визуальных коммуникаций можно подразделить на следующие основные группы:

- теле-экранные средства визуальных коммуникаций: от кинематографа (изначально чисто визуального, беззвучного) до всемогущего монстра-коммуникатора всех времен и народов – телевидения. Эти два вида искусства – основа боевого отряда игровых, анимационных, графических видео и кино- роликов;
- печатные (полиграфические) средства визуальных коммуникаций: от агитационного плаката и яркой предвыборной листовки, до рекламных календарей, живописных брошюр и пестрых буклетов на выставках и презентациях (рис. 1);



Рис. 1. Полиграфические средства визуальной коммуникации

- средства визуальных коммуникаций, которые используются в наружной рекламе: от рекламных щитов (биллбордов) и стационарных панно на зданиях (брандмауэров) до световых коробов и транспарантов-растяжек (рис. 2);



Рис. 2. Лайтбокс

· средства визуальных коммуникаций в Интернете: начиная от баннеров, до flash – анимации.

Коворкинг при КГАСУ

Для формирования коворкинга при КГАСУ была рассмотрена территория и помещения вуза.

По типу помещений были выявлены:

1) Отдельно-стоящее здание на территории ВУЗа. Данный тип помещения предполагает малогабаритный объем сезонного или стационарного размещения; всевозможные модульные, трансформируемые или переносные системы.

2) Помещения постоянного использования в ВУЗе. Этот тип помещений включает в себя пространства компьютерных классов, библиотек, читальных залов, свободных чердачных и подвальных помещений.

3) Помещения временного использования ВУЗа. Часть помещений имеют сезонный характер использования, к примеру – гардероб. Какие-то из помещений имеют часовые промежутки использования, к примеру – столовая, аудитории. Так же возможно частичное использование помещений компьютерных классов, спортивных комплексов и залов.

4) Транзитные зоны. Возможно частичное использование коридоров, переходов, холлов, лестничных маршей, так как иногда достаточно подоконника, либо любой другой горизонтальной поверхности, что бы поработать «на ходу».

Исходя из этого, предлагается 3 варианта комплектации данных помещений:

- специально-оборудованные;
- частично-оборудованные;
- необорудованные.

Проанализировав, все помещения и территорию КГАСУ было решено использовать для каждого вида помещений в ВУЗе свой способ визуального ориентирования, которые в свою очередь выстраиваются в систему. Для транзитных зон было решено использовать плоскостные (вертикальные и горизонтальные) системы. Для помещений временного и постоянного пользования объемно-пространственные (декоративно-функциональные и функциональные) системы. Для проектирования коворкинга при КГАСУ был выбран первый этаж третьего корпуса со стороны улицы Калинина (рис. 3).

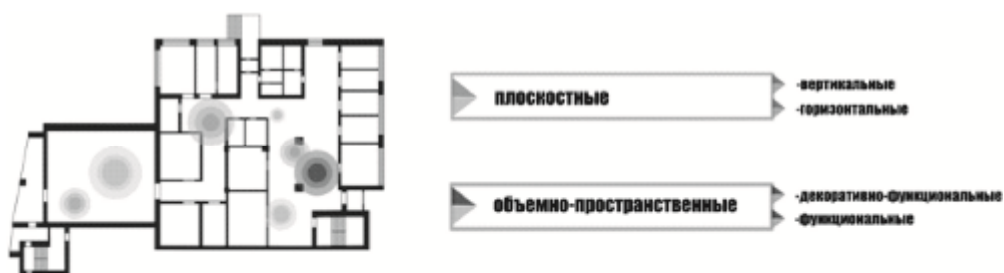


Рис. 3. Типология

КГАСУ представляет собой комплекс зданий, построенных в разное время и соединенных многочисленными переходами. Изначально небольшие площади со временем разрослись до размера целого квартала. Многочисленные кабинеты, коридоры, переходы, рекреации и лестничные клетки представляют собой настоящий лабиринт, сориентироваться в котором, на первый взгляд, не представляется возможным.

Каждое отдельно взятое здание стало терять свою идентификацию, слившись в одну длинную цепочку коридоров и мест общего пользования. По сути, основная функция такого сооружения – административная: множество различных ведомств и отделов располагаются в типовых кабинетах, вход в которые осуществляется из одинаковых коридоров. Такая мелкаячеистая планировка служебных помещений затрудняет идентификацию и распознавание пространства и является основной причиной потери ориентации в ней.

Единственным связующим звеном всех функциональных зон может служить грамотное проектирование визуальных коммуникаций, а также гармоничное внедрение их в архитектуру и дизайн интерьеров. Существующая среда задает свои правила, основываясь на которых можно не только улучшить ориентацию в пространстве, но и изменить в лучшую сторону интерьеры, сделав их более современными и удобными в использовании (рис. 4).



Рис. 4. Визуальные связи

Проектная разработка навигационной системы для КГАСУ опирается на три принципа:

1. Сохранение аутентичности каждого корпуса: своеобразия, неповторимости и запоминаемости. Это поможет облегчить ориентацию, четко разграничивая корпуса по визуальным и функциональным признакам. За ее основу можно брать различные характеристики: географическое положение здания (ориентация по сторонам света, по расположению улиц), присвоение каждому корпусам различных цветов (синий корпус, красный корпус и т.д.), выявление отличий каждого корпуса друг от друга (по местонахождению столовой, актового зала, общественной приемной и т.д.).

2. Модернизация интерьеров КГАСУ посредством системы визуальных коммуникаций и идентификационных стилей. Учитывая аскетичность и моральное устаревание интерьеров КГАСУ, существует острая необходимость сделать это пространство более живыми и современными, повысить качество рабочей среды для сотрудников. Решением этой проблемы может стать ориентационная система, использованная в качестве основы дизайна. Таким образом, элементы коммуникации (знаки, пиктограммы, стрелки и надписи) переходят из двухмерного пространства в трехмерное, становясь полноправными участниками интерьерной среды.

3. Доступность в понимании графического языка системы указателей и знаков местоположения тех или иных помещений и функциональных зон. Любой человек (работник или посетитель КГАСУ), должны быстро и легко вникнуть в идею предлагаемой системы, а затем, считывая знаки, двигаться по комплексу в нужном направлении. Важно создать особый язык, на котором здание «говорит» с посетителями и сотрудниками. Таким образом, универсальность и понятность – основные принципы такой системы.

Психология восприятия

С целью раскрытия механизмов восприятия знаков следует так же ознакомиться с понятиями «гештальтов» и перцептивных «стереотипов».

Основателями гештальтпсихологии (от нем. «Gestalt» – целостная форма, образ) в начале XX века стали немецкие ученые М. Вертгеймер, В. Келер и К. Коффка.

Из исследований гештальтпсихологов, «человеческое восприятие осуществляется таким образом, что значимое явление (фигура) выделяется на первый план. Все остальные объекты в данный момент сливаются, становятся нечеткими и уходят в так называемый фон». Центральная категория гештальтпсихологии – целостный образ (гештальт), а не набор отдельных ощущений, не сумма отдельных актов поведения (принцип атомизма).

Кроме гештальтов, которые считают принципы восприятия универсальными и общепрактическими для всех людей, существуют принципы, названные исследователями П. Фоули и Н. Моури «перцептивными стереотипами». Перцептивные стереотипы применимы к большим группам людей, которые объединены одной культурой, профессией, бытом, образованием, а так же действуют на основании принятых норм и стандартов. Они не являются универсальными, как гештальты, так как могут различаться для отдельных слоев населения, людей разных профессий, и даже меняться в течение жизни человека. Эти стереотипы могут не изменяться в течении какого-то периода или на протяжении жизни человека. В этой связи стереотипы рассматриваются как базовые элементы восприятия, которые могут упрощать и ускорять процесс восприятия знаков или иной информации, но которые также могут стать источником ошибочных суждений и, соответственно, ошибочных действий (рис. 5).

Анализ символики знаков входит в изучение знаковых систем. В различных эпохах развития человечества символы (мифологические символы) были неотделимы от реальности. Символ (греч. «symbolou» – знак, опознавательная примета) является эстетической категорией, он неразрывно связан с идеей и образом. В повседневной жизни древних народов символы играли важную роль, существовал символический культ.



Рис. 5. Пиктограммы

Символами могли стать как природные явления, так же как и герои мифов, растения и животные. Знаковую символику можно поделить на: античную (основанную на греческой мифологии) и средневековую (когда христианская религия и церковь стали основой мифотворчества). На сегодняшний день символика распространяется на все сферы общественной и личной жизни. В современном дизайне оправдано использование символических изображений, так как обогащает графическое и содержательное решение дизайн-проектов. Так же используются языческие и религиозные символы. Существует государственная, политическая и профессиональная символика.

Заключение

В условиях коворкинга при КГАСУ системы были поделены на: объемно-пространственные, плоскостные, отдельно-стоящие, система визуальных элементов. К таким указателям можно отнести: пилоны, указатели, лайтбоксы, информационные стелы, различные информационные табло и стойки. По расположению указатели могут быть: напольными, потолочными, настенными, подвесными, придверными и т.д. К современным системам можно отнести: системы цветовой и световой навигации, диджитал сайнидж, шрифтовые комбинации, графические знаки, суперграфику, пиктографию.

Список библиографических ссылок

1. Туэмлоу Э. Графический дизайн: Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. – М.: АСТ: Астрель, 2006. – 256 с.
2. Malamed C. Visual language for designers: principles for creating graphics that people understand. Copyright 2009 by Rockport Publishers, Inc. and Connie Malamed. – 274 p.
3. Meuser P., Pogade D. Architecture. Information. Graphics. The design of communication. Copyright 2005 by DOM publishers.
4. Бергер, Крэйг М. Путеводные знаки. Дизайн графических систем навигации. – М.: РИП-холдинг, 2005. – 135 с.
5. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир. – М.: КомКнига, 2006.
6. Ткачев О. Visual brand. Притягивая взгляды потребителей. – М.: Альпина Бизнес букс, 2009. – 213 с.
7. Tufte E. Envisioning Information: Images And Quantities, Evidence And Narrative. – New York: Graphics Press USA, 1990. – 126 p.
8. Shedroff N. Information Interaction Design: A Unified Field Theory Of Design. Information Design. The MIT Press, 2000. – 376 p.

Khakimova D.R. – student

E-mail: xakimovadr@mail.ru

Kuleeva L.M. – candidate of architecture, professor

E-mail: la_mur@rambler.ru

Kazan State University of Architecture and Construction

The organization address: 420043, Russia, Kazan, Zelenaya st., 1

The system of visual navigation for coworking in KSUAE

Resume

A young programmer Brad Newberg was the first person, who proposed such model of workflow. It was in 2005 year. The basic idea of co-working is to unite freelancers under the same roof as the main disadvantage of «working at home» is the lack of open communication. Nowadays freelance is quite common among designers, programmers, translators, business start-ups. Co-working takes an intermediate position between working at home and working in the office. Currently there are no definite principles of forming such premises of a space. The main requirement is comfort, because the visitor should feel like «at home», while his

coefficient of the efficiency will be higher than at home. Scientists have proved that the work or perform tasks at home is unproductive, because 70 % of people are distracted by television, food or other household chores.

The purpose of the research was to create the system of visual navigation for coworking, particularly the spaces of the university. While learning the formation of coworking, the foreign and domestic experience, as well as experience in designing the modern navigation systems in buildings have been studied. In addition, the suitable spaces for coworking and the optimal conditions of the organization of this function in the structure of KSUAE have been identified. The options for planning, zoning and functional decoration of coworking spaces have been researched. The rooms were conditionally divided into: permanent premises, temporary used and transit zones.

Keywords: coworking, visual navigation, signs, equipment, space in the university.

Reference list

1. Tuemlou E. Graphic Design: Corporate identity, the latest technology and creative ideas. – М.: AST: Astrel, 2006. – 256 p.
2. Malamed C. Visual language for designers: principles for creating graphics that people understand. Copyright 2009 by Rockport Publishers, Inc. and Connie Malamed. – 274 p.
3. Meuser P., Pogade D. Architecture. Information. Graphics. The design of communication. Copyright 2005 by DOM publishers.
4. Berger, Craig M. Guiding signs. Graphic design navigation systems. – М.: RIP-holding, 2005. – 135 p.
5. Rozin V.M. Visual culture and perception. As a person sees and understands the world. – М.: KomKniga 2006.
6. Tkachev O. Visual brand. Attracting consumers' views. – М.: Harvard Business Review, 2009. – 213 p.
7. Tufte E. Envisioning Information: Images And Quantities, Evidence And Narrative. – New York: Graphics Press USA, 1990. – 126 p.
8. Shedroff N. Information Interaction Design: A Unified Field Theory Of Design. Information Design. The MIT Press, 2000. – 376 p.