

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Уральский гуманитарный институт
Кафедра культурологии и дизайна

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ ПЕРЕД ГЭК

Зав. кафедрой _____
_____ О. И. Ган
(подпись) (Ф.И.О.)
«_____» «_____» 2024 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА: ПРИЕМЫ И МЕТОДЫ ДИЗАЙНА (НА ПРИМЕРЕ ФЕСТИВАЛЯ «STENOGRAFFIA»)

54.04.01 Арт-дизайн

Научные руководители:

Панкина М. В., д-р культ., доцент,
проф. кафедры КиД

подпись

Головнёва Е.В., д-р философ., проф.
кафедры КиД

подпись

Нормоконтролер: Кинёва Л. А., канд.
искусств., доцент кафедры КиД

подпись

Студент группы УГИМ-220051 Шишагина О. О.

подпись

Екатеринбург
2024

Институт Уральский гуманитарный
Кафедра Культурологии и дизайна
Направление подготовки 54.04.01 Дизайн
Образовательная программа Арт-дизайн

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой Таш
« 4 » июня 2024 г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

студента Щишагиной Ольги Олеговны группы УГМУ-220051
(фамилия, имя, отчество)

1. Тема выпускной квалификационной работы КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА: ПРИЁМЫ И МЕТОДЫ ВИЗАЙНА
НА ПРИМЕРЕ ФЕСТИВАЛЯ STENOGRAPHIA

Утверждена распоряжением по институту от « 18 » 01 2024 г. № 33.11-05/2.012

2. Руководитель Танкина М.В., д-р культурологии, доцент, профессор каф. КУД
Головнёва Е.В., профессор, д-р философских наук
(Ф.И.О., должность, ученое звание, ученая степень)

3. Исходные данные к работе _____

4. Перечень демонстрационных материалов 2 блокнота 20x100

5. Календарный план

| № п/п | Наименование этапов выполнения работы | Срок выполнения этапов работы | Отметка о выполнении |
|-------|---------------------------------------|-------------------------------|----------------------|
| 1. | <u>1 раздел (глава)</u> | до <u>26.02</u> 2024 г. | <u>вып.</u> |
| 2. | <u>2 раздел (глава)</u> | до <u>25.03</u> 2024 г. | <u>вып.</u> |
| 3. | <u>ВКР в целом</u> | до <u>04.06</u> 2024 г. | <u>вып.</u> |

Руководитель Таш
(подпись)

М.В. Танкина
Ф.И.О.

Задание принял к исполнению 16.02.2024
дата

Щишагина
(подпись)

6. Выпускная квалификационная работа закончена « 04 » июня 2024 г. считаю возможным допустить Щишагину Ольгу Олеговну к защите выпускной квалификационной работы закончена в Государственной экзаменационной комиссии.

Руководитель Таш
(подпись)

М.В. Танкина
Ф.И.О.

7. Допустить Щишагину О.О. к защите магистерской диссертации в Государственной экзаменационной комиссии (протокол заседания кафедры № 27 от « 07 » 06 2024 г.).

Зав. кафедрой Таш
(подпись)

Таш О.О.
Ф.И.О.

Аннотация

Диссертационная работа посвящена проблеме раскрытия и развития коммуникативного потенциала подростков при помощи организации общественного пространств приемами и методами арт-дизайна, а также популяризации стрит-арта среди подростков и молодежи. Исследование включает анализ методов дизайн-мышления для дальнейшего применения в практической части работы – при разработке проектного решения. В диссертации рассмотрены различные аналоги российский и зарубежных общественных пространств, проведен анализ примененных решений, их результативности и влияния на целевую аудиторию. Основываясь на результатах исследования, было разработана концепция проекта и конкретное визуальное решение.

Ключевые слова: дизайн, арт-дизайн, коммуникативный потенциал, общественное пространство, подростки, фестиваль, стрит-арт.

Annotation

The dissertation work is devoted to the problem of disclosure and development of the communicative potential of adolescents through the organization of public spaces using techniques and methods of art design, as well as the popularization of street art among adolescents and young people. The research includes an analysis of design thinking methods for further application in the practical part of the work – when developing a design solution. The dissertation examines various analogues of Russian and foreign public spaces, analyzes the solutions used, their effectiveness and impact on the target audience. Based on the results of the study, a project concept and a specific visual solution were developed.

Keywords: design, art design, communicative potential, public space, teenagers, festival, street art.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 4 |
| 1. КОММУНИКАТИВНАЯ СУЩНОСТЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА..... | 10 |
| 1.1. Общественные пространства: определение, типология и функции..... | 10 |
| 1.2. Роль общественного пространства в формировании коммуникации между жителями города..... | 19 |
| 2. ДИЗАЙН КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГОПРОСТРАНСТВА..... | 25 |
| 2.1. Методы дизайна для формирования комфортного общественного пространства..... | 25 |
| 2.2. Особенности проектирования общественного пространства для подростковой аудитории..... | 31 |
| 2.3. Анализ инновационных общественных пространств..... | 42 |
| 2.4. Фестиваль как культурный феномен (форма организации общественного досуга)..... | 49 |
| 3. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФЕСТИВАЛЯ STENOGRAFFIA СРЕДСТВАМИ ДИЗАЙНА..... | 52 |
| 3.1. Анализ проектной ситуации. Роль дизайна в проведении и продвижении фестиваля Stenograffia..... | 52 |
| 3.2. Концепция и принципы формообразования..... | 57 |
| 3.3. Проектные решения и рекомендации к проектированию..... | 62 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 66 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК..... | 67 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ А. РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ..... | 72 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ Б. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ (МАФ)..... | 74 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ В. РЕНДЕРЫ И ЧЕРТЕЖИ ОБЪЕКТОВ..... | 77 |

ВВЕДЕНИЕ

Показателем комфортной жизни человека является уровень развития инфраструктуры городской среды. Данный показатель является приоритетным в современном обществе, так как от него напрямую зависит уровень счастья человека. Если он находится в комфортных для него условиях, его мотивация и стремление к развитию будут намного выше, чем при нахождении в условиях, которые для него неблагоприятны. За удовлетворением базовых физиологических потребностей следуют более высокие цели [10].

Инфраструктура является совокупностью взаимосвязанных объектов/структурных подразделений, способствующих функционированию какой-либо системы. Городская инфраструктура – это система инженерных, дорожно-транспортных, социальных, финансовых и других коммуникаций, обеспечивающих эффективное социально-экономическое развитие города и наиболее полную реализацию прав населения, проживающего на его территории [36]. Качественный уровень данной системы влияет не только на эффективность труда населения, но и на его уровень жизни.

Принято считать, что уровень жизни напрямую зависит от дохода человека, но на мой взгляд данная позиция является ошибочной и не гуманной. Каждый человек заслуживает хорошей жизни: доступной медицины, необходимого уровня образования, возможности передвигаться по городу удобным для него способом и находиться в комфортных условиях. Комфортным должен быть транспорт, место проживания, и непосредственно городская среда, потому что, как правило, человек находится вне дома большую часть своего времени: учится, работает, гуляет и просто передвигается по городу по необходимости.

Актуальность темы исследования

На первый взгляд, в связи с развитием техники, наличием личных гаджетов и доступностью сети и интернета люди стали проводить меньше времени

на улице. Но на деле проблема кроется в другом – отсутствии возможностей для досуга в общественных местах. Качество общественных напрямую зависит от расположения и уровня финансирования конкретной территории. Хорошие тротуары, приятные скверы, интересные и качественные детские площадки располагаются, в основном, в центре города и в новых жилых комплексах, закрытых для посторонних. Из чего следует, что люди из удаленных и более старых районов имеют трудности с посещением комфортной среды для досуга. Сейчас муниципалитет активно решает эту проблему путем благоустройства территорий.

Проблему качественного досуга и комфортной городской среды также решают различные фонды, предприятия, стартапы и социокультурные инициативы. Социокультурные инициативы – это добровольные идейные объединения, которые реализуют различные проекты, направленные на улучшение жизни общества и государства. Структура социокультурных инициатив включает в себя постоянных штат сотрудников – организаторов, а также исполнителей в лице волонтеров. Такие инициативы не несут коммерческий характер и существуют за счет финансирования, которое осуществляется при поддержке государства и различных компаний–спонсоров (партнеров). Самые популярные направления социокультурных инициатив – это помощь нуждающимся, решение экологических проблем, развитие культурной и досуговой сфер общества. Проявлением последнего являются различные фестивали: исторические, музыкальные, изобразительные, театральные и т.д.

Екатеринбург и Свердловская область в целом славятся такими фестивалями, как Ночь музыки (Ural Music Night), Лето на заводе, ЧО и Stenograffia и множество других. По моему мнению, Урал является одним из самых активных и креативных регионов в этой сфере, это связано с рядом культурных и исторических особенностей и характером уральцев.

Например, Stenograffia направлен на популяризацию уличного искусства и стрит-арта, что отражает креативность, бунтарский дух и смелость.

Целевой аудиторией фестивалей являются как местные жители, так и гости города. Возрастная аудитория варьируется в зависимости от направления и целей фестиваля, в большинстве случаев деятельность фестивалей имеет ориентированность на удовлетворение потребностей подростков и молодежи. Они же и являются основными действующими лицами в работе фестивалей.

Теоретическая база исследования проблемы дизайн-проектирования общественного пространства для подростковой аудитории, раскрывающего их коммуникативный потенциал средствами и методами дизайна в рамках фестиваля, основывается на литературе, к которой относятся интервью, исследования, статьи, учебные пособия и т.д. Изучение литературы по теме исследования позволило сделать следующие выводы:

- стрит-арт является важной частью подростковой и молодежной культуры, вопрос лишь в том, как его преподнести;
- фестиваль Stenograffia имеет большое влияние на формирование стрит-арт сообщества, отношение общества к данной сфере искусства;
- распространенность информации о фестивале на данный момент крайне мала, несмотря на большое портфолио работ, его влияние на формирование благоприятной городской среды и современной молодежи;
- центром целевой аудитории при проектировании общественного пространства должен быть подросток, его интересы, приоритеты.

В 2022 г. фестиваль STENOGRAFFIA обновил Street Art Line обновили маршрут и карты, спроектировали и установили городское оборудование (скамейки, качели, урны, клумбы). Городское оборудование спроектировано, исходя из синтеза комфорта человека и искусства, обладает визуальной ценностью. Данный проект является важным этапом в формировании имиджа фестиваля и взаимодействия со сферой туризма. Модульное оборудование будет продолжением проекта по облагораживанию городской среды, популяризации

стрит-арт искусства и формированию художественной насмотренности среди подростков.

Степень разработанности проблемы

В настоящее время существует проблема, заключающаяся в отсутствии общественного пространства для подростков, раскрывающего их коммуникативный и творческий потенциал.

Объектом диссертационной работы является общественное пространство города как коммуникативная среда.

Предметом диссертационной работы является разработка дизайн–сопровождения общественного пространства в рамках фестиваля Stenograffia.

Цель: Предложить систему методов проектирования общественного пространства для подростков в соответствии с эргономическими требованиями и фирменным стилем фестиваля Stenograffia на основе принципов комбинаторики и модульности.

Задачи исследования:

1. Изучить принципы дизайн–проектирования общественных пространств;
2. Изучить особенности и потребности подростковой аудитории;
3. Проанализировать существующие аналоги общественных пространств;
4. Провести анкетирование и проанализировать его результаты;
5. Разработать концепцию проекта;
6. Разработать объемно–пространственное решение общественного пространства для подростковой аудитории, обосновать семантику образа.

Проблема исследования: Отсутствие дизайна общественного пространства для подростков в рамках фестиваля Stenograffia.

Гипотеза: если предоставить подросткам пространство, где они могут самореализоваться и коммуницировать между собой, то появится возможность корректировать их эмоциональное состояние и направлять их энергию на созидание и саморазвитие.

Проект модульного оборудования будет продолжением проекта по облагораживанию городской среды, популяризации стрит-арт искусства и формированию художественной насмотренности среди подростков.

Методы исследования:

- анализ источников информации;
- изучение и анализ подходов к дизайн-проектированию общественного пространства;
- систематизация полученной информации;
- методы социологических исследований: анкетирование, опрос и интервью для выявления предпочтений целевой аудитории и экспертной оценки деятельности фестиваля;
- сравнительный анализ общественного пространства и игрового оборудования для подростков в других городах и странах
- моделирование: сценарное моделирование ситуаций, графическое моделирование в виде 2D- и 3D-графики;

Элементы научной новизны: Научная новизна диссертации заключается в том, что на основе информации фестивале стрит-арт искусства и обобщении различных концепций общественных пространств разрабатывается методика дизайн-проектирования общественного пространства для подростков в рамках фестиваля Stenograffia.

Теоретическая значимость работы: В ходе работы разрабатывается методика, возможная для использования в дизайн-проектировании общественного пространства в рамках фестивалей и общественных мероприятий

Практическая значимость работы заключается в возможности использования разработанного оборудования для фестиваля Stenograffia.

Результаты исследования могут быть полезны как материалы для исследования новых вопросов, связанных с разработкой и проектированием модульного оборудования и элементов благоустройства для подростков.

Структура диссертации включает в себя введение, основную часть и заключение. Введение раскрывает актуальность, определяет степень научной разработки темы, объект и предмет исследования, цель, задачи, гипотезу и методы исследования.

Основная часть состоит из трех глав. В первой главе анализируются и выявляются структура, особенности и роль общественного пространства.

Во второй главе рассматриваются методы дизайн проектирования, выявляются особенности подростковой аудитории и сущность фестивалей, проводится анализ аналогичных общественных пространств.

В третьей главе описывается концепция формообразования, цветовое решение, обосновывается проектное решение и описываются объекты дизайн–проектирования.

В заключении подводятся итоги исследования, формируются выводы по рассматриваемой теме.

Участие в конференциях и научные публикации:

1) Всероссийский научно–методический семинар «Совершенствование гуманитарных технологий в образовательном пространстве вуза: факторы, проблемы, перспективы». 15–17 марта 2023 г. Тема: «Дизайн–сопровождение социокультурных инициатив и проектов: фестиваль Stenograffia». Участник. Научная публикация.

2) Всероссийский научно–методический семинар «Совершенствование гуманитарных технологий в образовательном пространстве вуза: факторы, проблемы, перспективы». 13–15 марта 2024 г. Тема: «Роль арт–дизайна в социализации подростков». Участник. Научная публикация.

1. КОММУНИКАТИВНАЯ СУЩНОСТЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА

1.1. **Общественные пространства: определение, типология и функции**

Городские пространства можно широко классифицировать на три типа на основе собственности и доступности: частные, полупубличные и общественные. Частные пространства – это индивидуально принадлежащие имущества, такие как квартиры, дома и офисы, где владельцы имеют полный контроль над тем, кто может войти в качестве гостей или для деловых встреч. Полупубличные пространства контролируются ограниченным количеством лиц, к таким пространствам можно отнести, например, дворы, которые располагаются вблизи школ, больниц и детских площадок. Эти пространства доступны только конкретной группе людей. Общественные пространства открыты для всех людей, независимо от их происхождения, возможностей или принадлежности, [13].

Общественное пространство представляет собой городскую территорию, созданную для общего пользования, и основывается на исторических, территориальных и социокультурных особенностях. Проектирование общественных пространств базируется на определении его типа, концепции проекта и потребностях целевой аудитории.

Общественные пространства можно далее классифицировать на две подкатегории: открытые и закрытые. Открытые общественные пространства включают в себя места для прогулок, такие как улицы, бульвары, площади, пляжи, парки и площади, которые доступны каждому. Закрытые общественные пространства, такие как театры, библиотеки, киноконцертные залы и т.д., для посещения которых необходимо обладать входным билетом или заплатить сбор. Эти пространства предназначены для обеспечения более контролируемой среды для конкретных мероприятий и деятельности, таких как торговля, развлечения и отдых [13].

Типология общественных пространств включает в себя объекты и пространства. Под объектами подразумеваются конкретные общественные пространства: парки, площадки, набережные, мостовые, улицы и тротуары, кафе и культурные центры, рыночные площади. Пространства в данной типологии являются видами конкретных объектов, они могут быть корпоративными, придомовыми, потребительскими, гражданскими/ представительскими, городского сообщества, пространствами «между» зданиями, улицами, большими парками, частными пространствами [24].

Функции общественных пространств в городе:

1. Возможность социальной коммуникации. В общественных пространствах могут пересекаться разные группы населения, чье общение может происходить как внутри каждой группы по отдельности, так и в их синтезе. Таким образом жители города могут найти новые знакомства и расширить свой круг общения;
2. Развитие локальной экономики. Поток потребителей повышает запрос на розничную торговлю, особенно во время культурно–массовых мероприятий и общегородских праздниках, на которых актуальными товарами выступают продукты питания и сувениры. Наличие общественных пространств, интересных и благоприятных для жителей и гостей города, также повышает уровень заинтересованности и в близлежащих зданиях и заведениях;
3. Формирование локальной идентичности и образа города. Общественные пространства могут становиться культовыми и узнаваемыми для горожан и туристов. Каждый населенный пункт обладает своими ключевыми местами, с которыми связаны различные истории и легенды, формирующие местную идентичность. Такие места являются памятными не только для жителей, но и для туристов, которые во время путешествия стремятся проникнуться местными культурными особенностями. Также в общественных пространствах проводятся местные мероприятия;

4. Формирование городских сообществ. Общественные пространства являются местами встреч для общения и коллективной деятельности, объединяя людей в группы со схожими ценностями, интересами, опытом и целями;
5. Социальное действие в городской среде. Чтобы действие было заметно, услышано и понято, ему необходима аудитория, которую оратор/творец может найти в общественном пространстве. Примером социального действия является стрит-арт, который заключается не только в визуальной составляющей, но и в смысловой. Несмотря на то, что общественное пространство обладает рядом норм поведения и ограничений, оно является площадкой и сценой для тех, кто хочет о чем-то сказать;
6. Поддержание психического здоровья. Визуально разнообразная, гармоничная и упорядоченная, экологичная среда общественных пространств оказывает благоприятное влияние на ментальное и эмоциональное здоровье горожан;
7. Формирование безопасной среды. Скопление людей в общественном пространстве должно быть организовано и ограничено определенными нормами и правилами поведения, являющимися формой «социального контроля» для предотвращения маргинального и девиантного поведения;
8. Повышение качества городской среды. Полноценные и разнообразные общественные пространства составляют ключевую часть качественной городской среды [13].

Любое общественное пространство нуждается в грамотном рекламном позиционировании, транслирующем важные для целевой аудитории ценности и фирменный стиль пространства. Грамотная реклама может выгодно преподнести продукт и привлечь внимание его потенциальных потребителей. Важно учитывать, что реклама – это не только визуальная составляющая. Диссонанс в рекламном позиционировании может быть вызван по разным причинам: несоответствие заявленного и действительности (касается

как контекста, так и визуальной составляющей), оформление конкретного общественного пространства выбивается из общей картины городской среды. Исходя из этого, возникает конфликт коммерции и эстетики, который можно проследить на улицах города через оформление зданий и рекламу.

Согласно Уильяму Уэллсу, реклама выполняет 7 основных функций:

1. Создает осведомленность о товарах и брендах;
2. Формирует имидж бренда;
3. Информировывает о товаре и бренде;
4. Убеждает людей;
5. Создает стимулы к совершению действий;
6. Обеспечивает напоминание;
7. Подкрепляет прошлый опыт покупок [18].

Реклама – это вид деятельности либо произведенная в ее результате продукция, целью которой является повышение продаж товаров и/или услуг. Важно понимать, что реклама тесно связана с понятием коммерческого дизайна. Коммерциализация стала ключевой характеристикой дизайна в 1930–х годах США [14]. Знаменитая цитата американского дизайнера Раймонда Лоуи: «Уродливое плохо продается», – раскрывает главную цель коммерческого дизайна – повышение продаж продукции за счет эстетических качеств. Также коммерческий дизайн направлен на массовое потребление и имеет тесную связь с поп-культурой, его целевая аудитория – потенциальный покупатель, главная характеристика которого – покупательская способность. Приоритетом данного направления является количество, а не качество. Прагматичность коммерческого дизайна порождает целый ряд нравственно–этических проблем – манипуляции, организации восприятия, моделирования сценариев поведения потребителей, эксплуатации эстетических ценностей для достижения коммерческих целей [2]. Сам продукт или компания должны быть привлекательны для покупателя, а задача рекламы – заявить о продукте и продать его. Дизайн рекламы на данный момент не обязан быть эстетически

приятным, он должен быть узнаваемым, ярким и мотивирующим к покупке – это является с одной стороны плюсом с точки зрения продаваемости, а с другой – большой проблемой для ее восприятия и оценки в качестве объекта дизайн–проектирования.

Реклама может размещаться на различных носителях. Они могут быть цифровыми, в виде полиграфии или представлять собой объемно–пространственную композицию. Современные технологии позволяют размещать цифровую рекламу практически на любых поверхностях: стенах, тротуарах, потолках и т.д. Самыми распространенными являются LED–экраны и проекторы, такой вид рекламы с одной стороны проще подстроить под городскую среду и стиль конкретного пространства, но с другой стороны они являются достаточно габаритными, особенно LED–экраны, которые размещаются на фасадах домов и портят облик архитектуры. К полиграфии относится печатная продукция, такая как баннеры, листовки, плакаты, мерч компании/мероприятия. Самым большим недостатком полиграфии является не экологичность и большое количество мусора. Интересно, что урны и прививание горожанам привычки выбрасывать в них мусор, мало спасает от количества бумаги, летающей по городу. К распространенным причинам летающего по городу бумажного мусора можно отнести халатное отношение со стороны лиц и служб, ответственных за порядок на улице, а также бездомных животных и уличных птиц, которые в поисках пищи залезают в мусорки. Хорошим решением для рекламы среди полиграфической продукции является мерч, который представляет собой одежду, многоразовые стаканы, термосы и т.д. Как правило, логотипы известных компаний и мероприятий достаточно узнаваемы и привлекает внимание прохожих. С объемно–пространственной композицией же все намного интереснее, так как рекламой в данном случае может послужить арт–объект, который также будет являться украшением города. Например, в 2023 году организаторы международного книжного фестиваля Красная строка установили арт–объект,

отражающий их логотип, представляющий красную линию и имитацию книжного стеллажа (см. рисунок 1).

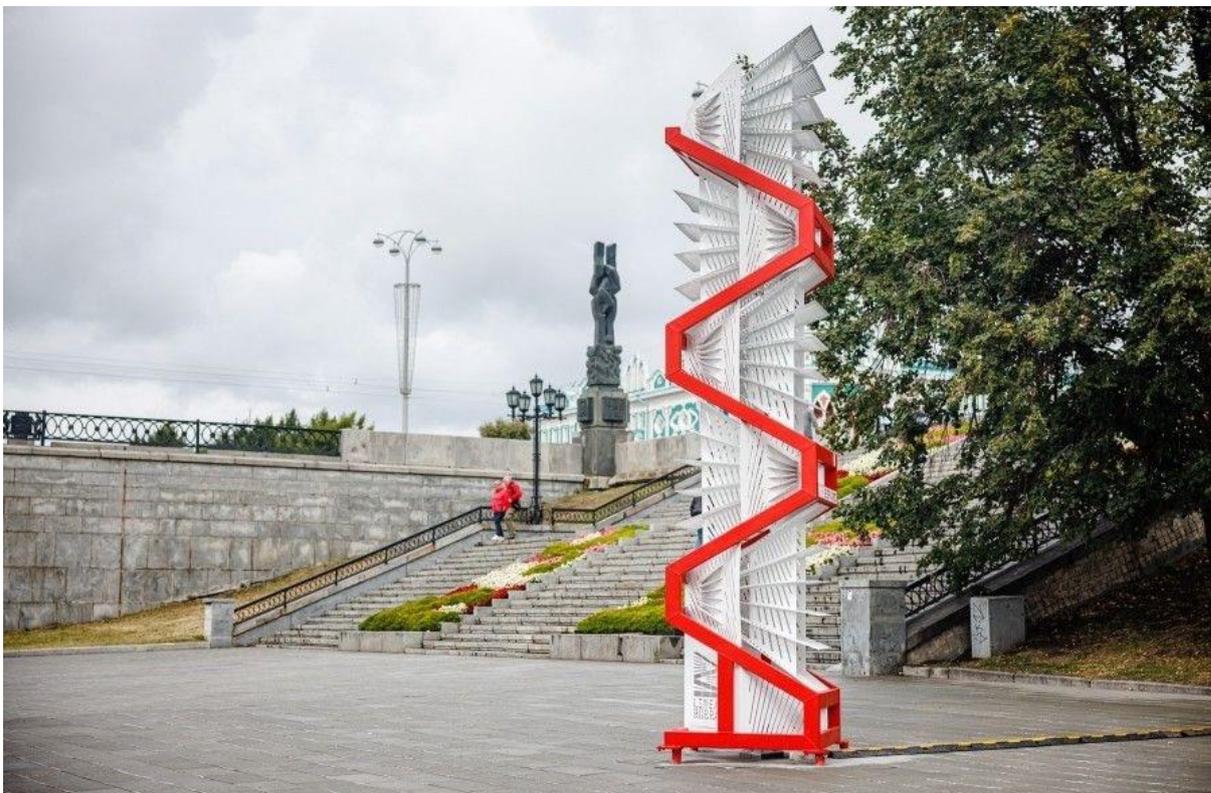


Рисунок 1 – Арт-объект фестиваля «Красная строка» в Екатеринбурге

Источник: https://vk.com/wall-169263197_837571?z=photo-169263197_457317977%2Falbum-169263197_00%2Frev

Ярким примером негативного влияния рекламы на общественное пространство является улица Вайнера в г. Екатеринбурге, которая является одной из самых старейших в городе и обладает исторической ценностью. Архитектурные постройки относятся к различным стилистическим направлениям, таким как модерн и конструктивизм. Улица Вайнера является торгово-развлекательной, каждый день через нее проходят тысячи горожан и туристов. С течением времени обветшалые дома ремонтируют собственники на свое усмотрение, арендаторы помещений размещают рекламу своих товаров в соответствии с фирменным стилем компаний, в результате чего улица потеряла свои эстетические качества. Решение этой проблемы разработала команда «Открытого консорциума» – благоустроить уличное пространство в едином стиле и упростить логотипы компаний, размещающихся вдоль улицы [34]

(см. рисунок 2). Упрощение заключается в снижении уровня визуального шума – сведение к единой цветовой гамме и минимизация графических элементов. Компании останутся узнаваемыми за счет логотипов и шрифтов.



Рисунок 2 – Рендер благоустройства улицы Вайнера в Екатеринбурге. Проект команды «Открытый консорциум»

Источник: <https://www.openconsortium.ru/vaynera>

Образ общественного пространства напрямую зависит от его назначения, характера и настроения его целевой аудитории. «Восприятие средового состояния суммируется в образе среды, который от традиционного понимания термина «художественный образ» отличает взаимодействие наших собственных поступков и настроений со всеми визуальными слагаемыми нашего окружения – от рисунка обоев до мелькания прохожих за окном», – рассуждает В. Т. Шимко о причинах и следствии проектирования – функции и комплексе необходимых условий для ее выполнения соответственно.

Среда динамична сама по себе, в зависимости от закладываемых в проект характеристик и функций, а также от погодных условий, ее образ будет

адаптироваться [21]. При проектировании общественного пространства необходимо учитывать территориальные особенности: регион, город, рельеф, погодные условия (влажность, температура, количество солнца, ветер и т.д.). В зависимости от различных изменений пространство должно адаптироваться, быть многофункциональным и мобильным. Например, от воздействия интенсивных солнечных лучей и дождя могут убереечь навесы и беседки. Сейчас особенно популярными являются перголы – вид навесов, которые трансформируются с течением времени за счет того, что обрастают растениями – лозой, плющом и т.д. Это решение экологичное и функциональное – защищает от солнечных лучей.

Каждый город обладает своим характером, который формируется на основе традиций, уровня технологического и интеллектуального развития, преобладающей возрастной группы, стереотипов и т.д. Так как общественное пространство находится в городской среде и является объектом общего пользования, важно учитывать социокультурный контекст. Пространство должно развиваться вместе с горожанами, удовлетворять их потребности, учитывать особенности местоположения в городе и трансформироваться в зависимости от ситуации и деятельности жителей и гостей города. Например, при помощи мобильных конструкций можно изменить общий характер пространства, изменить его функционал для конкретного мероприятия. Так, на время общегородских праздничных концертов в центре города устанавливаются сцены. Более конкретным примером являются модульные конструкторы для общественных интерьеров One от Екатеринбургской компании MoonyRocks (см. рисунок 3). Данные модули выполняют функции скамейки, полки и ограждения. Они установлены в нескольких общественных пространствах Екатеринбурга, таких как атриум Ельцин центра и исторический парк «Россия – моя история». В основном, эти модули выполняют функции скамейки, но на время концертов, лекций и других общественных мероприятий их собирают в высокое ограждение.

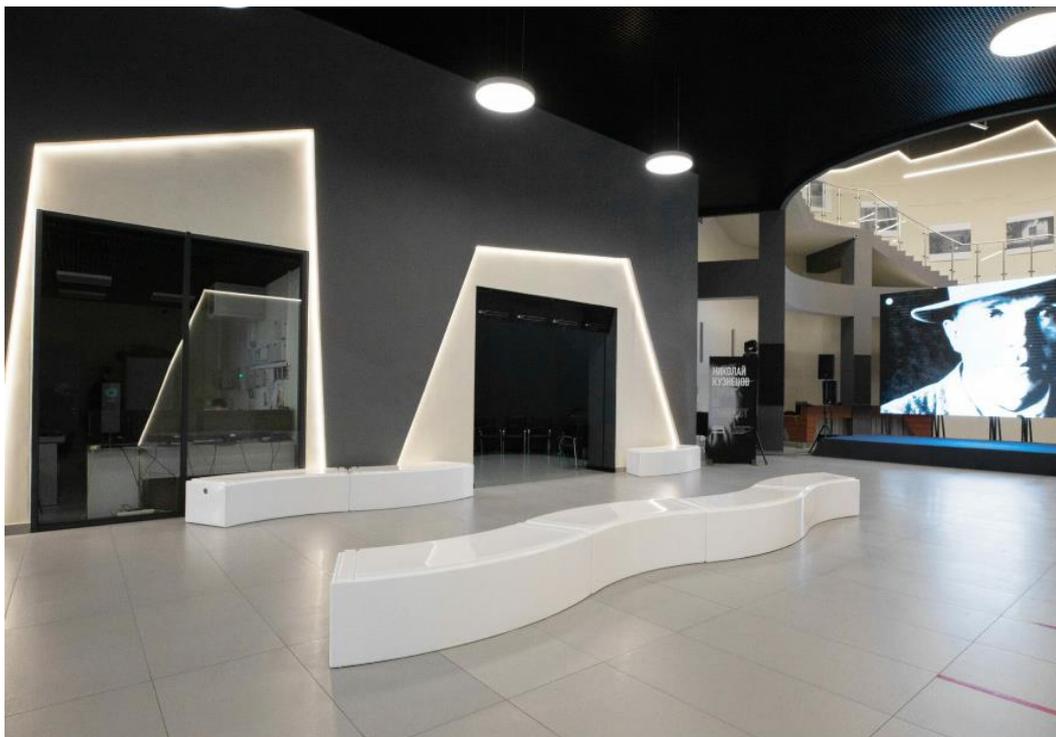


Рисунок 3 – Модульный конструктор для общественных интерьеров One от MoonyRocks, расположенный в историческом парке «Россия – моя история», г. Екатеринбург

Источник: <https://moony.rocks/collections/one>

В зависимости от типа общественного пространства разрабатывают методы дизайн–проектирования, учитывают эргономические требования и ориентируются на особенности его структуры для соответствия принципам комфортной среды.

Принципы комфортного общественного пространства:

- доступность (свободное пользование разными группами населения);
- multifunctionality (несет в себе 2 и более функции);
- безопасность (соответствие нормам безопасности и ГОСТам);
- понятность и разборчивость (например, наличие средств визуальных коммуникаций);
- устойчивость (отсутствие ущерба экологии);
- идентичность (соответствие городской среде);
- гибкость (способность к изменениям под общественные мероприятия и восстановлению после них).

- адаптивность (способность подстраиваться под требования горожан);
- интерактивность (вовлеченность горожан в общественную деятельность: участие в конкурсах и массовых мероприятиях) [35].

Общественное пространство должно быть ориентировано на жителей и гостей города, быть удобным и понятным для них. От его типа и конкретной целевой аудитории зависят его рекламное позиционирование, набор элементов благоустройства, функциональные зоны и т.д. Но, важно понимать, что неотъемлемой частью общественного пространства является реализация коммуникации между людьми.

1.2. Роль общественного пространства в формировании коммуникации между жителями города

Общественные пространства можно рассматривать, как контекст социальной коммуникации и открытого взаимодействия людей, условие формирования гражданского демократического общества. В силу этих причин развитие общественных пространств представляется исключительно важным для здоровья человека и укрепления социальных связей, улучшения городской среды и благополучия города [13].

Понятие коммуникации равносильно общению, представляющему собой целенаправленное и контролируемое действие с целью получения или передачи информации при помощи речи, средств связи, систем знаков и символов, поэтому процесс коммуникации свойственен только людям. Интересен еще и такой парадокс, что, с одной стороны, коммуникация способствует формированию и развитию культуры, с другой стороны, коммуникация выстраивается на основании текстов и высказываний, возникших в той или иной культуре [3].

Понятно, что для обеспечения коммуникации необходимо, чтобы в процессе общения принимало участие двое и более человек, а также должно быть высказывание, ставшее предметом дискуссии/обсуждения.

Но для поддержания коммуникации необходимо выполнения ряда других условий и преодоление барьеров.

В. Шепель выделяет шесть основных коммуникативных барьеров:

1. Дискомфорт физической среды, в условиях которых протекает коммуникация;
2. Инерция включенности, проявляющаяся в задумчивости слушателя/аудитории, беспокойстве о других темах и проблемах;
3. Антиципация к чужим мыслям, стереотипизированность мышления и сознания, амбициозность участников процесса;
4. Языковой барьер, возникающий не только из-за незнания какого-либо языка, но и за нехватки словарного запаса и начитанности;
5. Профессиональное неприятие, проявление некомпетентности в профессиональной сфере в адрес собеседника;
6. Неприятие внешнего вида и поведения собеседника [22].

В основном, вышеперечисленные барьеры обусловлены психологическим состоянием, уровнем развития интеллекта, эмпатии и т.д. Также помешать коммуникации могут и неблагоприятные условия окружающей среды, например, погодные условия и обстановка. К ним относят:

- Отвлекающие факторы: яркое солнце/ тусклый свет в помещении;
- Температурные факторы: холодно/ жарко в помещении или на улице;
- Погодные факторы: дождь, ветер, высокое/ низкое давление [23].

На некоторые из этих факторов можно повлиять при помощи уличного/интерьерного оборудования и элементов благоустройства. В городской среде важно учитывать различные погодные условия для обеспечения комфортного пребывания людей в пространстве в независимости от его типа и расположения.

В современном информационном обществе город приобрел большую значимость в качестве места живого общения [4]. Данная роль общественного пространства актуальна в связи с появлением и усугублением проблем,

связанных с развитием технологий, изменениями экономической, социальной и культурной составляющими жизни общества.

Первая проблема, которую мы рассмотрим – это глобализация и цифровизация общества. Мир вокруг меняется с невероятной скоростью, развитие техники не останавливается, интеллектуальный труд все больше преобладает над физическим, а человек все больше погружается в дигитальное пространство. Повседневная деятельность современного горожанина становится более закрытой – работа с персональной техникой (телефон, компьютер), передвижение на личных транспортных средствах – автомобилях, а если человек передвигается в публичных местах или на общественном транспорте, то, вероятнее, он предпочтет оградиться от окружающего мира при помощи наушников.

Многие молодые люди предпочитают реальному общению связь по интернету. Так, в Японии появился термин хикикомори – человек, который отказывается от социальной жизни, что постепенно перетекает в частичную или полную социальную изоляцию, исходящую из личных и социальных факторов. Такие люди зачастую отказываются от работы и состоят на попечении у своих родственников. В 1998 году вышла книга психиатра Тамаки Сайто «Социальное затворничество: бесконечная юность» [9]. Сайто взял понятие «социальное затворничество» из стандартной классификации психических расстройств Американской психиатрической ассоциации, в которой социальное затворничество рассматривалось исключительно как симптом некоторых психических расстройств. При этом Сайто стал рассматривать «социальное затворничество» как отдельное явление. По некоторым исследованиям [41], в 2002 году в Японии насчитывалось от 650 до 850 тыс. человек, попадающих под это определение. Подобные люди существуют и в США, и в Европе. В России эта проблема также активно набирает обороты особенно среди подростков и молодежи по самым разным причинам: непонимание с ровесниками и родственниками, неуспеваемость в школе/институте и т.д.

Комфортное и грамотно выстроенное общественное пространство может помочь снизить уровень стресса от нахождения в социуме.

Возникает, закономерный вопрос: как общественное пространство способствует коммуникации между людьми? Коммуникация – это общение, обмен информацией между людьми. Чаще всего коммуникация возникает на основании какой-либо совместной деятельности двух и более человек. Коммуникационные сценарии выстраиваются, исходя из вида деятельности, культурной идентичности, общности, территориальных и возрастных особенностей. Общественное пространство является площадкой, где люди пересекаются и коммуницируют: это может быть случайная или назначенная встреча, знакомство, дружеская или романтическая встреча, семейная прогулка, часть образовательного процесса и т.д. Конечно, социальные сети усиливают наш коммуникационный потенциал, увеличивают количество общения, как с близкими, так и незнакомцами. Но если говорить про реальный мир, то местом пересечения для людей является именно общественное пространство.

Возможности обеспечения коммуникации между людьми необходимо предусматривать во время исследования на предпроектном этапе проектирования общественного пространства за счет определения типа общественного пространства, обозначения целевой аудитории, вида деятельности и других факторов.

Некоммерческая организация Project for Public Spaces (PPS) способствует формированию общественных пространств для улучшения коммуникаций между людьми. PPS разработал «плейсмейкинг» (placemaking) – идеологию и прикладной подход к улучшению соседства, города, региона, в центре которого стоит коллективное совместное переосмысление и переизобретение общественных пространств как места концентрации городских сообществ. Основным инструментом преобразования пространства является реализация локальных социальных проектов и сценариев, формирующих актуального образа места. В чем заключается успех городского пространства?

1. Они доступны и хорошо связаны с другими важными частями территории;
2. Они комфортны и имеют хороший имидж;
3. Они привлекают людей к участию в разных видах деятельности;
4. Они создают среду, в которой людям хочется собираться, общаться снова и снова.

Диаграмма «Что делает городские места хорошими?», разработанная PPS, отражает эти 4 атрибута (внутренний круг) и описывает их нематериальные проявления в городской среде (средний круг), а также те измерения и данные, которые необходимы для оценки их эмоционального и физического состояния (внешний круг) (см. рисунок 4) [13].



Рисунок 4 – Диаграмма «Что делает пространство общественным?» от организации Project for Public Spaces (PPS)

Источник: <https://books.ifmo.ru/file/pdf/2656.pdf>

На основании диаграммы можно определить качественные и соответствующие количественные характеристики, которые могут

способствовать при поиске образа дизайн-проекта. При проектировании общественного пространства для подростковой аудитории нужно понять, в какой среде им будет комфортно находиться, какой образ должен транслироваться в проекте для того, чтобы быть актуальным и важным для основной целевой аудитории. Также важно учитывать связь с фестивалем уличного искусства Stenograffia. Для данной работы предполагаются следующие характеристики общественного пространства:

- Социальные коммуникации: приветливое, интерактивное, дружелюбное, объединяющее и разнообразное;
- Доступность и связанность: проходимое, удобное, доступное;
- Активности и использование: веселое, активное, живое, специфическое;
- Комфортность и образ: прогулочное, с местами для отдыха, одухотворенное.

Перечисленные выше характеристики в основном направлены на повышение коммуникативных навыков у подростков, их объединения в общественном пространстве. Также эти характеристики можно использовать в качестве основы при поиске образной и идейной составляющей проекта, которая будет отображаться в форме, цветовом решении и композиции.

2. ДИЗАЙН КАК СПОСОБ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА

2.1. Методы дизайн–проектирования для формирования комфортного общественного пространства

Комфортная окружающая среда является результатом синтеза таких сфер инженерно–творческой деятельности, как архитектура и дизайн. С одной стороны, может показаться, что облик общественного пространства и его общее состояние зависит только от архитектуры, но это мнение является некорректным. По В.Т. Шимко понятие «архитектурная среда» представляет собой часть нашего окружения, которая образована архитектурно (художественно) обоснованными объемно–пространственными структурами, система оборудования и благоустройства, объединенными в целостность по законам художественного единства. Но в XX веке появляется другое понятие – «дизайн архитектурной среды», которое установило, что не только архитектура способна влиять на формирование окружающей среды. Архитектура внушает зрителю представление о смысле жизни и данного пространства, в то время как дизайн создает смыслы вместе со зрителем [21]. В отличие от архитектуры, средовой дизайн может объединить и гармонизировать важнейшие элементы среды, которые не ограничиваются архитектурой и сопутствующими объектами, например, элементы графического (реклама, полиграфия) и промышленного (объемно–пространственные решения и объекты) дизайна. Полагаю, что это напрямую связано с периодом постмодернизма, когда культура и искусство стали более массовыми, когда элитарность потеряла свой вес, а целевая аудитория городской среды изменилась и расширилась. Дизайн среды стал неким инструментом адаптации и приобщения к новой культуре для людей. Дизайн включает в себя те элементы, которые оказывают на человека прямое воздействие: на его самочувствие, настроение, художественный вкус, собственное представление о прекрасном, личное восприятие и т.д.

Сегодня дизайн в широком смысле можно характеризовать как:

1. Продукт конкретной культуры, обладающей технологиями и пережившей пик слепого поклонения им, – культуры модернизма;
2. Систему, включающую в себя не только творцов и потребителей, но и институт экспертизы, выставок, музеев дизайна, инфраструктуру по его воспроизведению и обслуживанию;
3. Особый вид творческой предметной формообразующей деятельности;
4. Особую профессиональную и образовательную сферу;
5. Особый тип проектного мышления, ориентированного на удовлетворение предметных и духовных потребностей другого человека (людей);
6. Особый метод (или методы) проектирования и создания вещей, который может быть использован и в других сферах – рекламе, имиджмейкинге и т. д., предполагающих наличие проектности и моделирования [8].

Проектное мышление – феномен культуры, тип мышления проблемно–ориентированного и системного характера, для которого свойственны способность определять цель и пути ее достижения, умение анализировать варианты, прогнозировать и видеть перспективы развития [14]. Проектное мышление дизайнера базируется на рациональном подходе, использует различные методы и алгоритмы, направлено на создание предметно–пространственной, визуальной и информационной среды, стремится отвечать на потребности целевой аудитории и запросы общественных масс. Стоит понимать, что дизайн на данный момент стремится не создать что–то новое, а модернизировать и преобразовать уже существующее. Например, дизайнер не может заново придумать автомобиль, но он может улучшить форму его корпуса, добавить функции, изменить цвет и т.д.

Дизайн–мышление представляет собой объединение методов разных типов мышления: организационные методы, методы научного познания, методы творческого мышления и методы формообразование. Это связано

с тем, что дизайнер – это специалист, который в процессе проектирования должен учитывать множество факторов, специфику конкретного проекта, моделировать различные ситуации по решению проектной задачи и применения ее решений. Методы творческого мышления позволяют дизайнеру выйти за рамки стереотипов об объектах, например, поэкспериментировать с их формой и цветовым решением.



Рисунок 5 – Составляющие и качества мышления дизайнера, Панкина М.В.

Источник: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/93286>

Система методов дизайн–проектирования включает в себя методы, формирующие дизайн–мышление (организационные, научного познания и творческого мышления) и методы формообразования (см. рисунок 6).

Каждый из представленных в таблице метод применяется на конкретном этапе дизайн–проектирования, основными из которых являются: предпроектный, эскизный, разработка рабочей документации и реализация. Например, на предпроектном этапе дизайнер применяет методы научного

познания, изучает результаты теоретических и эмпирических исследований для того, чтобы провести тщательный анализ.

Система методов в дизайн-проектировании

| Организационные методы | Методы научного познания | Методы творческого мышления | Методы формообразования |
|--------------------------------|--------------------------|--|---|
| Организация работы в команде | Эмпирические | Психологической активизации творчества | Приемы и средства гармонизации композиции |
| Системный подход | | | |
| Алгоритм, этапы проектирования | Теоретические | Систематизации перебора | Художественно-образный |
| Дизайн-программа | | | Морфологический анализ |
| Сценарное моделирование | Обще-логические | Направленного творческого поиска | Моделирование |
| Лонгитюдный метод | | | Стилизация |
| Дизайн-мышление | | | Технологические методы и приемы |

Рисунок 6 – Система методов дизайн-проектирования, Панкина М.В.

Источник: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/93286>

Авторы учебного пособия «Методы и средства научных исследований» определяют метод научного познания, как способ познания объективной действительности. Представляет собой конкретную последовательность действий, приемов и операций [11]. Существует несколько классификаций методов научного познания, которые выстраиваются в зависимости от содержания, научных отраслей, уровня научного познания и от сферы применения. Наиболее интересной для исследований в области дизайна является классификация методов, зависящая от уровня научного познания. Уровень познания позволяет выделить такие методы, как эмпирический, теоретический и метатеоретический. К эмпирическим методам относят наблюдение, описание, сравнение, счет, измерение, анкетный опрос, собеседование, тестирование, эксперимент, моделирование и т.д. Методы теоретического уровня познания включают в себя аксиоматический, гипотетический (гипотетико-дедуктивный),

формализацию, абстрагирование, общелогические методы (анализ, синтез, индукцию, дедукцию, аналогию) и т.д. Методами метатеоретического уровня являются диалектический, метафизический, герменевтический и др. Также в некоторых источниках к этому уровню относят метод системного анализа, а в других – в число общелогических методов [11].

Также дизайн включает в себя методы творческого мышления, которые дополняют методы научного познания и активно применяются на эскизном этапе проектирования. Методы творческого мышления позволяют преодолеть барьер стереотипного мышления, повышают уровень творческой активности дизайнера в ходе поиска новых идей и разработки проекта. Классификация методов творческого мышления включает в себя:

- методы психологической активизации творчества (мозговой штурм, синектика – метод аналогов, метод фокальных объектов);
- методы систематизации перебора (морфологический анализ, метод контрольных вопросов, метод ментальных карт);
- методы направленного творческого поиска (методы ТРИЗ, методы развития творческого воображения) [14].

Стоит отметить, что любой объект дизайна является результатом формообразования. Формообразование – это вид деятельности дизайнера, направленный на эстетическое и формальное единство структуры, конструкции, формы, образа объекта в соответствии его назначением и смыслом. Методы формообразования включают в себя композиционные средства и приемы для гармонизации и организации объектов объемно–пространственной среды, стилизацию, а также такие методы научного познания, как моделирование и аналогию [14].

В данном исследовании применены следующие методы: анкетирование, интервью, моделирование и общелогические методы. Анкетирование – это сбор ответов на список вопросов, заранее подготовленных и сформированных для конкретной целевой аудитории, целью которого является получение

информации. Интервью по своей сути схоже с анкетированием, но разница в том, что его берут у конкретного представителя, а анкетирование направлено на большой поток людей. Моделирование – это метод воспроизведения и исследования конкретного фрагмента, ситуации, объекта и т.д. с целью представления и прогнозирования последующих процессов. Объектами моделирования в исследовании являются предполагаемые ситуативные и поведенческие сценарии, а также 3D–модели и 2D–графика в визуальном сопровождении проекта. Среди общелогических методов были выбраны такие, как анализ, синтез и аналогия. Анализ основывается на разделении и изучении отдельных элементов единой системы – объекта исследования, в то время как синтез объединяет эти элементы и выстраивает их взаимосвязь, поэтому данные методы всегда применяются вместе. Метод аналогии подразумевает под собой поиск и систематизацию похожих/аналогичных предметов и процессов. В дизайне общелогические методы представлены в поиске и анализе аналогичных продуктов с целью выявления общих черт и различий с разрабатываемым проектом.

Анализ проектной ситуации содержит поиск, систематизацию и анализ материалов по поставленным вопросам и задачам проектирования, обобщение результатов исследований, формулирование рекомендаций и ограничений для дальнейшего проектирования:

- анализ средовой ситуации (расположение объекта, условия применения и эксплуатации: изучение обозначенной для функционирования объекта среды и ее факторов, анализ планов и видов пространства, наблюдение, фото– и видео–материалы, замеры обозначенной территории; анализ функциональных связей объекта в природной, предметно–пространственной и социальной среде, условий потенциального воздействия окружающей среды на объект и, наоборот, его воздействия на среду в процессе всех этапов существования: производства, эксплуатации и утилизации и т. д.);

- анализ ситуации на рынке подобных товаров и услуг (в регионе, где планируется реализация проекта);
- анализ с экономической точки зрения: возможности и ограничения заказчика, его пожеланий относительно функционала, сроков сдачи проекта, производителей готового оборудования, которое будет использоваться и т.д.;
- анализ актуальных тенденций, проектных и технологических решений, которые можно рассмотреть в успешно реализованных проектах в России и зарубежом;
- анализ целевой аудитории (включает в себя изучение особенностей и проблем потребителей, их предпочтений и потребностей, которые должен удовлетворить продукт, а также определение критериев оценки уровня удовлетворенности) [14].

Все вышеперечисленные факторы для анализа влияют подбор методов для выполнения проектной задачи. Одним из самых важных для дизайнера является целевая аудитория – группа людей, объединенная общими признаками и потребностями и являющаяся ориентиром при проектировании. Опорными точками для определения целевой аудитории могут быть такие признаки, как пол, возраст, увлечения, место проживания, род деятельности, состояние физического и психического здоровья и т.д.

2.2. Особенности проектирования общественного пространства для подростковой аудитории

Целевой аудиторией исследования были выбраны подростки обоих полов, возраст которых находится в промежутке 13–17 лет, проживающие в г. Екатеринбурге, Свердловская область. Соответственно, при проектировании важно учитывать эргономические требования, особенности личностного развития подростков и их взаимоотношений как между собой, так и с окружающими, а также их потребности и интересы.

Подростковый возраст является периодом взросления человека, когда ребенок переходит в более ответственную и самостоятельную часть жизни. В этот период (с 10 до 18 лет) происходит ряд физиологических, психологических, эмоциональных и социальных перемен в жизни подростка: меняется его тело, гормональный фон, формируются новые социальные роли и модели поведения.

Проблема подросткового возраста заключается в том, что до 18 лет, то есть до наступления совершеннолетия, ребята все еще считаются детьми, но социальные нормы требуют от них вести себя более зрело, посвящать много времени учебе, общаться с «правильными» друзьями, проводить время с пользой. Подростков можно назвать «маленькими взрослыми» в силу того, что требований и обязательств в этот период становится больше, а количество свободы в какой-то степени сокращается. Данный феномен формирует стрессовую ситуацию для подростков.

Во время подросткового возраста наибольшие личностные изменения происходят в самосознании человека, центром которого является самооценка. Самооценка представляет собой систему собственной оценки личности, формирующуюся на основании самовосприятия и взаимоотношений с другими людьми: близкими родственниками, друзьями, сверстниками, одноклассниками, учителями и иными взрослыми, которые являются частью жизни подростка и оказывают на него наибольшее влияние.

Среди особенностей самооценки подростка можно отметить:

- переориентация с учебной деятельности на взаимодействие
- с референтными группами и на свой физический облик;
- увеличение критичности по отношению к самому себе;
- адекватность самооценки;
- уход от внешних оценок;
- снижение влияния родителей и увеличение значимости друзей;
- взаимосвязь самооценки с успешностью деятельности подростка;

- неадекватная самооценка приводит к формированию девиантного поведения [7].

Важной ролью в жизни подростка является социальная адаптация – процесс приспособления к изменениям окружающей среды любой социальной единицы – индивида, группы, сообщества, организации – и результат её соответствующих изменений [25]. Процесс социальной адаптации направлен на регулирование поведения индивида в той или иной ситуации, сохранение его дееспособности и закрепление изменений в новой социальной модели и его роли в ней. Социальные институты являются важной частью этого процесса, так как задают ряд норм поведения в тех или иных условиях. Для подростков социальными институтами служат семья, школа и кружки/секции, которые формируют его круг общения.

В научном знании выделяют следующие механизмы социально–психологической адаптации:

- когнитивный (состоит из психических процессов, связанных с познанием, отвечает за мышление, память, фантазию и воображение);
- эмоциональный (включает в себя моральные чувства, эмоциональные состояния и т.д.);
- практический (предлагает конкретную модель поведения в той или иной ситуации) [32].

Но что происходит с подростком, если один или несколько институтов социальной адаптации работают некорректно? Зачастую, его поведение становится более девиантным и саморазрушительным. Например, конфликты в школе сильно влияют на психическое состояние подростка, он может быть как зачинщиком, так и жертвой несправедливого отношения. Чаще всего, без вмешательства взрослых (учителей, школьного руководства, родителей, психолога, а в некоторых случаях психотерапевта) такие конфликты не решаются и могут значительно повлиять на будущее человека, на его уверенность в себе и своих действиях. Ярким примером нарушения

деятельности социальных институтов служат дети с начала 1990–х годов и по наши дни, когда родители усиленно решали экономические, политические и социальные проблемы, но совершенно забывали про подрастающее поколение, которое на фоне ситуации в стране нуждались в поддержке и заботе своих родителей. Так, на художественной выставке «Девяностые детей», которая проходила с 17 февраля по 16 апреля в Ельцин центре в г. Екатеринбурге художники, родившиеся в период 1980–1990–х годов, поделились воспоминаниями из своего детства и подросткового возраста. Например, работы Виктора Корьякина интерпретируют пьесу Дамира Ханифуллина «Книга кодов и прохождений» о мальчике–подростке, живущем с отцом в конце 90–х, где трудностями выступают его взаимоотношения со сверстниками и отцом, а отдушиной являются игры на приставке Sega (см. рисунок 7). С помощью акрила и фломастеров на бумаге он передал тревожное ощущение 1990–х [40]. К сожалению, подростки того времени, зачастую, были предоставлены сами себе и нередко попадали в сложные жизненные ситуации.



Рисунок 7 – Экспонат на выставке «Девяностые детей», Корьякин В., г.Екатеринбург,

Источник: https://vk.com/90detey?z=photo-116782006_457247390%2Falbum-

[116782006_292933537](https://vk.com/90detey?z=photo-116782006_457247390%2Falbum-116782006_292933537)

Приведенный пример демонстрирует работу когнитивного механизма социальной адаптации, из чего возникает вывод, что хобби и увлечения могут помочь преодолеть трудности. Возникает вопрос: какие сейчас есть способы и методы помочь подросткам социализироваться и самореализоваться?

Одним из инструментов социализации можно назвать дизайн. Дизайн – это эстетическая, формообразующая, творческая деятельность по созданию предметно–пространственной среды и визуальных коммуникаций с использованием промышленных технологий. В контексте проблематики статьи дизайн выступает как способ коммуникации и выражения подростками своего отношения к действительности, осознания своего места в мире, путь к целостному восприятию и пониманию мира [14]. Существует множество видов дизайна, каждый из которых направлен на проектирование объектов в конкретной области. Например, арт–дизайн базируется на синтезе методов и технологий искусства и подходах дизайн–проектирования, активно применяется в деятельности музеев, в проектировании и создании арт–объектов, при организации и реализации различных социокультурных инициатив и проектов. Арт–дизайн выдвигает на первый план восприятие, ощущение и чувства зрителя/участника процесса, что может значительно повлиять на социальную адаптацию подростков, так как для данной аудитории важно быть услышанными, понятыми и важными.

Способы социализации подростков средствами арт–дизайна:

- проектирование общественных пространств, содержащих актуальные для подростков элементы благоустройства (беседки, уличный кинотеатр, спортивное и игровое оборудование и т.д.);
- организация общественных мероприятий на тему искусства и дизайна (фестивали, выставки и т.д., которые подростки могут не только посетить, но и помочь в организации, создании объектов);
- проектирование визуальных коммуникаций (в рамках виртуальной реальности и общественного пространства).

Арт-дизайн можно рассмотреть с различных точек зрения: как реализованные объекты (средовые арт-объекты, малые формы, городское оборудование, стрит-арт), как процессы/события (дизайн-сопровождение фестивалей и выставок, арт-терапия и т.д.), как инструменты (визуальная коммуникация), как способ социализации (общение по интересам, участие в обсуждении, работа в творческом коллективе).

В качестве примера арт-объекта рассмотрим работу художницы Александры Люпин «Внутренний свет» в рамках фестиваля Stenograffia. Центром композиции и основой сюжета является персонаж, который руками держится за свое сердце. Оно является символом огня внутри каждого человека. Александра описывает свою работу следующим образом: «Эта работа о надежде и силе человека. Как бы темно и сложно ни было вокруг, внутри каждого из нас есть тот самый свет, помогающий найти смысл в том, что мы делаем, двигаться вперед» [33]. Данная работа может помочь подросткам ощутить спокойствие и надежду на лучшее. Также в рамках этого же фестиваля подростки могут поучаствовать в процессе создания арт-объекта, благодаря проекту «Люди рисуют», попробовать себя в стрит-арте и найти для себя новый круг общения.



Рисунок 8 – «Внутренний свет», Люпин А., г.Екатеринбург, 2023 г.

Источник: https://vk.com/wall249180756_1477

В Екатеринбурге существует ряд проектов, направленных на творческую самореализацию подростков. Такие проекты акцентируют внимание на работу в коллективе и имеют практическую направленность. Например, в 2023 году уральская паблик-арт программа «ЧО» представила проект, разработанный школьниками Орджоникидзевского района г. Екатеринбург вместе с кураторами Ириной Гарифуллиной и Валерией Мироновой из «Драконпроекта» (г. Москва). Объектом проектирования стало общественное пространство – Летний парк Уралмаш. Кураторы открыли ребятам возможности соучаствующего проектирования и показали, как можно самим исследовать городское пространство и придумывать новые точки притяжения для своей повседневной жизни [29]. В результате проекта была разработана круглая синяя скамейка из дерева и металла с подвешенными деталями-знаками, которая располагается на территории парка, является композиционным акцентом и местом общения (см. рисунок 9).



Рисунок 9 – Проект благоустройства от команды фестиваля «ЧО»,
г. Екатеринбург, 2023 г.

Источник: https://vk.com/wall-197811344_1802

Важно понимать, что арт-дизайн не ограничивается искусством и проектированием реальных объектов при помощи методов промышленного дизайна. Арт-дизайн также включает в себя визуальные коммуникации и элементы графического дизайна. Так, в заданиях Хакатона социальных проектов UMVC важным пунктом является визуальная составляющая – брендинг проекта (мерч, баннеры, логотип и т.д.). Победители Хакатона получают финансирование на реализацию своего проекта. В 2022 году победу одержал подкаст «Не те люди», а в 2023 году – форум волонтерских движений «Движ». Участие в Хакатоне социальных проектов UMVC дает подросткам возможность не только социализации среди сверстников, но и взаимодействия с организаторами крупных фестивалей.

Арт-дизайн имеет важную роль в социализации подростков. При помощи различных арт-объектов, выставок, экспозиций, социокультурных проектов и инициатив арт-дизайн способствует творческой самореализации ребят, освещает проблемы их социальной адаптации и особенностей. Поведение и становление личности можно регулировать посредством искусства без давления, назидания, вредоносного для психики подростка, если дать ему проявить себя, свои таланты и помочь найти комфортный и благоприятный круг общения.

При проектировании общественных пространств, ориентированных на подростков, необходимо рассмотреть их психологические особенности и физические потребности, сферы деятельности, чтобы понять потребности и спрогнозировать дальнейшие сценарии поведения, от которых зависит выбор необходимого для проектирования оборудования. Катерина А.А. выделяет 4 сферы развития подростка: эмоциональную, мотивационную, нравственную, познавательную [7].

Эмоциональная сфера заключается в изменении эмоционального состояния подростка, которое представляет собой совокупность психологических явлений, проявляющихся в форме переживаний и ответной реакции на внешние

и внутренние факторы. Эмоции являются важной частью личности, так как каждый человек реагирует на ту или иную ситуацию по-разному, основываясь на индивидуальном пережитом опыте. Проявление эмоций для подростков равносильно приобретению поведенческого опыта – анализ ответной реакции на положительные или отрицательные эмоции наводит подростка на определенные выводы и порядок последующих действий. Например, поиск решений в конфликтной ситуации.

Мотивационная сфера представляет собой иерархию мотивов, их устойчивость и сознательность. В подростковом возрасте появляется эгоистическая направленность мотивации, т.е. начало распределения приоритетов в соответствии с личностными желаниями, потребностями, идеалами и увлечениями [7]. На мотивационную сферу активно влияют взаимоотношения с другими людьми: побуждение к действию, поощрение поведения при помощи внимания, предметов и т.д. Если родители хвалят своего ребенка за хорошие оценки и мотивируют его на учебу – вероятнее всего, у него выработается внутреннее желание и стремление к обучению. Конфликты с родителями и учителями, в основе которых лежит не усвоение предмета по тем или иным причинам, вызовут у подростка лишь отторжение к образовательному процессу. Также мотивация подростка зависит от окружающей его среды – спокойная обстановка способствует концентрации внимания, наличие спортивного оборудования стимулирует заниматься спортом и т.д.

В основе нравственной сферы лежит понятие «нравственная устойчивость» – способность человека сохранять и реализовывать личностные позиции, которые в условиях выбора способа получения материальных благ основаны на его способности производить и сохранять в своем сознании традиционные нравственные ценности, принимать свободные решения и брать моральную ответственность за них, противостоять нормам эгоистической и криминальной морали [17]. Понимание нравственности у человека начинает формироваться с раннего возраста через воспитание родителей, разграничению понятий

«хорошо» и «плохо», а также причин этого разграничения. С возрастом простых объяснений становится недостаточно, потому что эти понятия относительны: что для одного хорошо – для другого плохо. В подростковом возрасте взгляды человека могут кардинально измениться в зависимости от окружающих его людей.

Познавательная сфера подростка отличается от детской тем, что восприятие внешнего мира поддается внутреннему анализу, рефлексии. Подросток пропускает информацию через себя, критически оценивает строит на ее основании гипотезы и ищет доказательства к ним. В подростковом возрасте мышление становится с одной стороны более рациональным, а с другой – более личностным. Часто подростки прибегают к творчеству, как способу отрефлексировать произошедшие с ним события. Можно сказать, что личность познает себя через познание окружающего мира.

Изучив сферы развития подростка и влияние внешних факторов на них, можно прийти к мысли о том, что формирование положительных качеств у подростка, отношение к собственной жизни, внутренняя мотивация, нравственные представления зависят от внешних факторов и событий, которые подросток только учится познавать и анализировать через собственные эмоции, самовосприятие и рефлексии. Поэтому важно создавать для подростков благоприятную среду, которая будет оказывать на них положительное влияние. Так, Процюк М. В. придерживается позиции, что пространство для игр и времяпрепровождения детей и их родителей должно обладать запоминающимися образами и характеристиками, которые могут помочь сориентироваться и ощутить разные средовые состояния, так как фокусировка на потребителя в целостном пространстве может способствовать полноценному развитию и взрослению подростков, формированию их личности [15].

Помимо психологических факторов и эргономических требований, необходимо учитывать и правила проектирования общественных пространств. И возрастная группа играет в этом вопросе не последнюю роль. Психологи

выделяют пять возрастных групп детей и соответствующие им этапы развития и виды развлечений:

1. От рождения до двух лет – на данном этапе ребенок еще не способен играть на улице, т.е. основные виды деятельности осуществляются в домашней обстановке;
2. От двух до пяти лет – период нарастания активности и потребностей в игре, начало социализации среди сверстников через совместные игры, переход на игры на свежем воздухе под присмотром родителей, появление системы ролевых моделей в игре;
3. От пяти до десяти лет – время самого активного использования детских игровых площадок, коллективный характер игры с тематической направленностью, увеличение физической активности, но с сохранением спокойных игр;
4. От десяти до двенадцати лет – коллективные игры являются основным видом игры на свежем воздухе, командные и соревновательные игры, наличие спортивно-игрового оборудования, которое должно включать в себя разнообразные спортивные снаряды: шведские стенки, рукоходы, кольца, канаты, турники, горки и т.д. Элементы должны располагаться на безопасном друг от друга расстоянии – что достигается грамотным зонированием пространства. Тренажеры и спортивные снаряды, для индивидуальных занятий необходимо совмещать с игровыми площадками для коллективных занятий;
5. От двенадцати и старше – игры перестают носить тематический характер и потребность в детской игровой площадке полностью сменяется потребностью в спортивной [5].

Если структурировать все вышеперечисленные факторы, можно выделить особенности, которые необходимо учитывать при проектировании общественного пространства, ориентированного на подростков:

- Эргономические требования;

- Наличие оборудования различной направленности: игровое, спортивное, досуговое;
- Психологические факторы – проявление эмоций, приобретение собственного поведенческого опыта, самопознание, социализация;
- Физиологические факторы – времяпрепровождение на свежем воздухе, занятия активными и коллективными видами спорта: фитнес, футбол, баскетбол и т.д.;
- Возможности для самореализации – развитие творческого потенциала, участие в крупных проектах.

2.3. Анализ инновационных общественных пространств

Анализ аналогов является одним из важнейших методов в деятельности дизайнера, позволяющий не только проанализировать существующие предложения на рынке и реализованные проекты, но и найти интересные решения и приемы с точки зрения формообразования. В качестве аналогов для анализа были выбраны российские и зарубежные общественные пространства. Критериями оценивания являются функциональность, соответствие городской среде, наличие и уровень элементов благоустройства, креативность, безопасность, наличие и понятность визуальных коммуникаций.

1. Набережная Енисея в Дивногорске.

Дивногорск – маленький город в Красноярской области с красивой природой и большой набережной, благоустройство которой было закончено в 2019 году (см. рисунок 10). Проект ориентирован на людей разных возрастов, которые предпочитают отдых на природе и занятия спортом.

К положительным чертам можно отнести экологичность, наличие спортивного и детского игрового оборудования (балансир, лазательный комплекс, отдельно стоящие горки и т.д.), благоустройство для спокойного отдыха (скамейки, урны, ограждение, беседки, шезлонги, навесы), зонирование

при помощи насаждений и графических элементов, наличие арт-объектов (объемная надпись «Дивный» и навес в форме птицы).

Негативными чертами являются нечитаемость образа (концепции проекта), недостаток освещения, отсутствие целостности, велопарковок и велодорожек, системы навигации и ощущения комфорта (слишком много пустого пространства, большое количество твердого покрытия на земле, предположительно, бетона).



Рисунок 10 – Проект благоустройства набережной, г.Дивногорск, 2019 г.

Источник: <https://ngs24.ru/text/gorod/2019/10/23/66279484/>

2. Парк им. Гайдара в Арзамасе.

В 2018 году Арзамас победил в конкурсе «Исторические поселения и малые города» с проектом развития парка имени Гайдара (см. рисунок 11). В обсуждениях проекта нового парка приняли участие почти 1300 арзамасцев, а одна из площадок вообще появилась в концепции благодаря конкурсу детского рисунка [27]. Создается впечатление, будто целевой аудиторией пространства является молодежь и взрослые люди, у которых пока нет детей и которые предпочитают заниматься спортом и посещать различные лекции и культурно-массовые мероприятия.

К положительным чертам можно отнести наличие элементов благоустройства (скамейки, урны, амфитеатры), арт-объекта и яркого художественного образа, зонирование, экологичность, достаточное количество освещения, спортивную площадку для командных игровых видов спорта, большое открытое пространство не кажется пустым за счет графических элементов и малых архитектурных форм.

К недостаткам я бы отнесла нехватку зеленых насаждений, отсутствие детского игрового оборудования, защиты от осадков в виде беседок/навесов, велопарковок и велодорожек, а также непонятно назначение холмов, выложенных из геопластики и плитки.

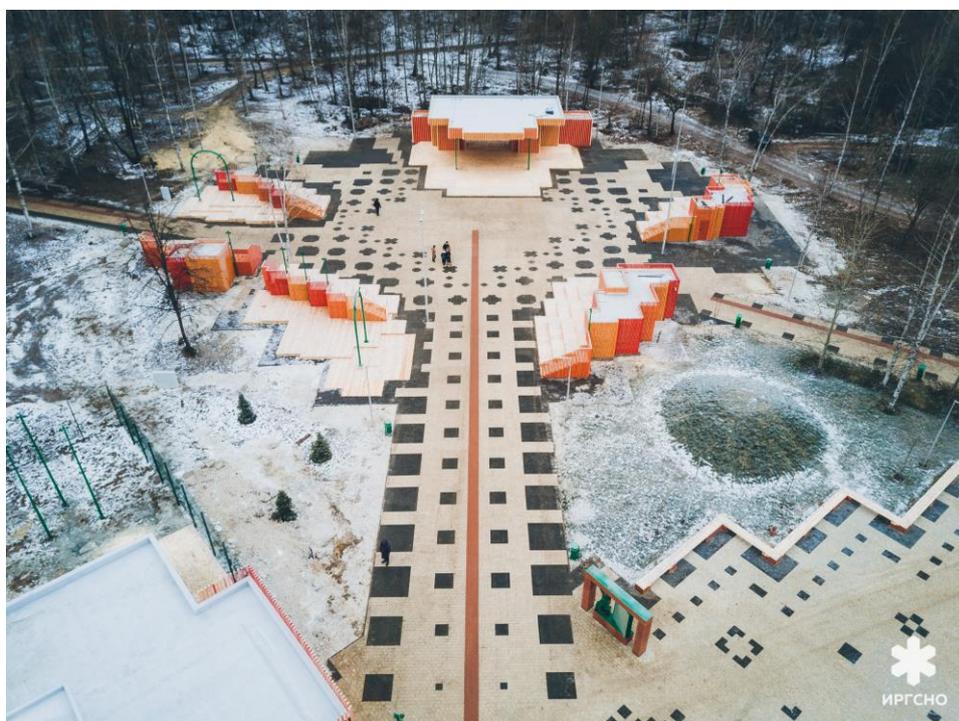


Рисунок 11– Проект благоустройства Парк им. Гайдара, г.Арзамас, 2019 г.

Источник: <https://www.nnov.kp.ru/daily/27071/4141825/>

3. Площадь Азатлык в Набережных Челнах.

Данная площадь является основным пространством в городе для всех культурно–массовых мероприятий (см. рисунок 12). Проект был разработан архитектурным бюро D.R.O.M. и КБ Стрелка. На мой взгляд, читается ориентированность на старшее поколение и на туристов, для которых доминанта проекта будет служить средством для обзора города с высоты.

К положительным чертам можно отнести грамотное зонирование (площадь для мероприятий, зеленая зона с цветниками и насаждениями для отдыха на траве, часть около фонтана для культурно–досугового отдыха), яркий художественный образ, наличие элементов благоустройства (скамейки, урны, амфитеатр, достаточное освещение).

Недостатков проекта, к сожалению, оказалось много: отсутствие спортивного и детского игрового оборудования, велодорожек, велопарковок, оборудования для более камерного общения и защиты от дождя (навесов, беседок). Пространство очень большое и из–за нехватки оборудования и озеленения выглядит пустым и скучным для детей, подростков и молодежи.



Рисунок 12 – Проект благоустройства Площади Азатлык, г.Набережные челны, 2019 г.

Источник: <https://nashichelny.ru/areas>

4. Бульвар «Белые цветы» в Казани.

Когда–то на месте этого бульвара был большой пустырь и автостоянка, но благодаря общественной инициативе был реализован проект по благоустройству территории (см. рисунок 13). Целевой аудиторией проекта стали местные жители разных возрастов, проживающие в жилых комплексах, окружающих бульвар. На мой взгляд, данный проект является одним из самых лучших и продуманных за последние 5–7 лет. Одним из секретов успеха является

активное участие горожан в разработке концепции и проекта в целом, а также культурная идентификация – применение национальных орнаментов и принципов формообразования.

Положительными чертами проекта являются экологичность (большое количество зеленых насаждений, деревьев и экологичность материалов элементов благоустройства), ярко–выраженная концепция уюта и домашнего очага, грамотное зонирование (разделяет детское игровое, досуговое и спортивное оборудование), наличие системы навигации и распределения потоков людей (дополнительные тайные тропы), широкий спектр объектов благоустройства для спокойного отдыха: шахматные столы, амфитеатр, навесы, фонтан, скамейки разных форм, урны, освещение.

Отсутствие велопарковок и велодорожек можно отнести к недостаткам, но если посмотреть иначе – данный аспект позволяет сохранить спокойный отдых и обезопасить пенсионеров и маленьких детей, так как данный бульвар по размерам достаточно камерный и при этом насыщенный по видам деятельности.



Рисунок 13 – Проект благоустройства бульвара «Белые цветы», г.Казань, 2019 г.

Источник: <https://park.tatar/abs>

5. Проект U-like в Китае.

Концепция проекта заключается в форме буквы U – обтекаемость, статичность, вариативность (повороты). Образ заключается в ленте, которая перетекает из одной формы в другую и представляет собой совокупность элементов благоустройства (см. рисунок 14). Проект ориентирован на детей разных возрастов, их родителей и молодежь.

Положительными чертами проекта является модульность (возможность менять расположение сидячих мест), образность, сочетание ярких и нейтральных цветов (желтый, серый, белый), зонирование (игровая зона, интеллектуального развития, скейт-площадка, для камерного общения и отдыха), организованное при помощи зеленой изгороди и системы навигаций, которая представляет собой белые линии и надписи на земле (также эти линии являются элементами игры), освещение, обрамляющее элементы благоустройства, игры, ориентированные на развитие творческих и интеллектуальных способностей детей.

К недостаткам проекта отнесу очевидное – отсутствие урн, но данный аспект обусловлен культурными особенностями азиатских стран – ответственным отношением к сортировке и переработке мусора.



Рисунок 14 – Проект «U-like», Китай, 2021 г.

Источник: <https://moool.com/en/childrens-activity-space-by-nancy-studio.html>

6. Проект CRland RUNYUE Mansion Sales Center в Китае.

Дизайн пространства вдохновлен темой космоса (см. рисунок 15). В рамках проекта представлена «звездная карта», которая объединяет художественный образ, образовательный и развлекательный процессы в единое общественное пространство. «Аллея звезд» с подсветкой ведет посетителей в центр, дополненный творческими игровыми зонами с амфитеатром.

Положительными чертами, несомненно, являются образность, зонирование (осуществляется при помощи концепции и формообразования пространства), разнообразие игрового оборудования (направлено на развитие творческих навыков и приобщение к такой науке, как астрономия), наличие спортивных площадок (скейт-площадка, зона с турниками, батуты), амфитеатр (в качестве зоны отдыха и места для проведения культурно-массовых мероприятий), большое количество разнообразных источников света (освещение, часть образовательного и игрового процессов).

Недостатками является отсутствие защиты от неблагоприятных погодных условий и осадков (навесов, беседок и т.д.), нет разнообразия сидячих мест в виде отдельно стоящих скамеек, отсутствие урн.



Рисунок 15 – Проект «CRland RUNYUE Mansion Sales Center», Китай, 2019 г.

Источник: <https://landezine-award.com/crland-runyue-mansion-sales-center/>

7. Проект Magma Flow в Китае.

Проект разработан для благоустройства территории жилого и коммерческого района. Образ – вулканическая магма (см. рисунок 16).

К положительным чертам можно отнести яркий образ, разбавляющий городскую серость, зонирование (зоны для игр, отдыха, спорта, переходы в торговый и деловой кварталы), визуальная навигация (линии, стрелки, пятна, цветные дорожки, баннеры, информационные таблички), наличие необходимых элементов благоустройства (амфитеатр, скамейки, навесы, клумбы и т.д.), разнообразие игрового и спортивного оборудования (горки, качели, балансиры, карусели, интеллектуальные игры, полоса препятствий, груши для бокса).

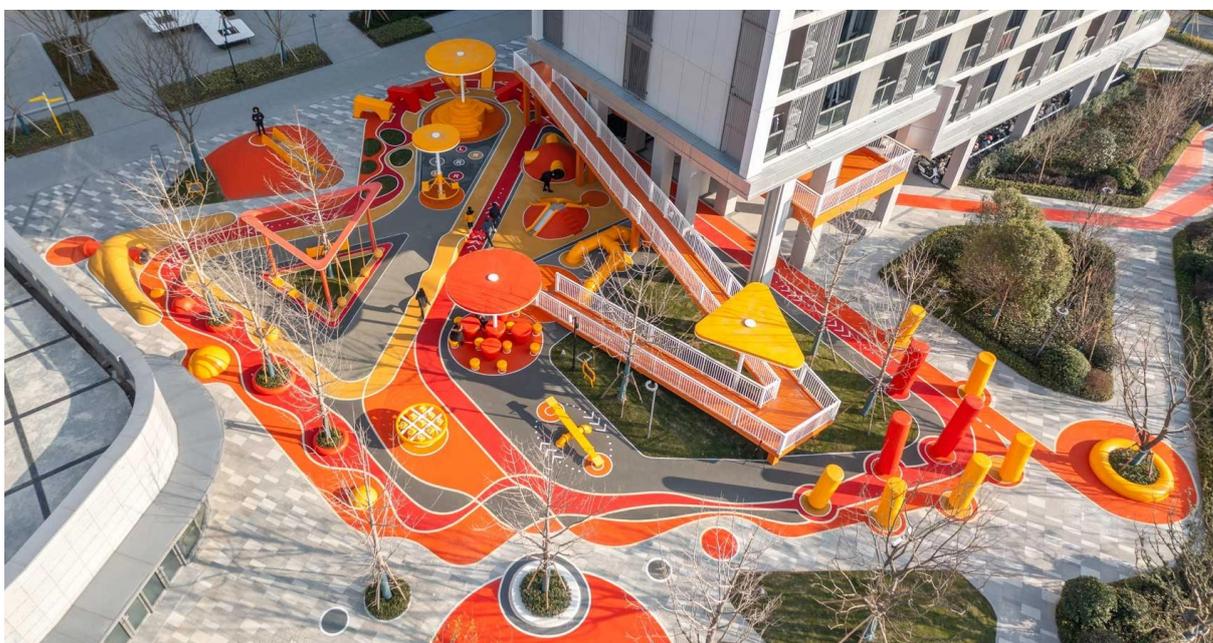


Рисунок 16– Проект «Magma Flow», Китай, 2022 г.

Источник: <https://100architects.com/project/magma-flow/>

2.4. Фестиваль как культурный феномен (форма организации общественного досуга)

Фестиваль как феномен социокультурной деятельности можно считать продолжателем народных и национальных праздников, которые в отечественной культуре появились еще в период Древней Руси. В словаре Ожегова под фестивалем подразумевается широкая общественная праздничная встреча,

сопровождающаяся просмотром достижений каких–либо видов искусства [39]. Фестивали классифицируют в зависимости от вида деятельности (профессиональные; научные; в зависимости от сферы интересов: исторически–ролевые, ремесленные и т.д.; в зависимости от видов искусств: музыкальные, театральные, изобразительных искусств и т.д.), сроков проведения (краткосрочные/ долгосрочные; ежегодные/ биеннале/ триеннале и т.д.), площади охватываемой территории (международный, региональный, республиканский), состава участников (школьники, студенты, художники, музыканты и т.д.), наличия конкурсной основы (возможность профессионального продвижения, заключения контрактов, получения материального и/ или финансового вознаграждения) [28].

Можно выделить следующие функции фестиваля, которые в зависимости от вида могут варьироваться:

- Коммуникативная (обеспечение социальных взаимодействий);
- Рефлексивная (осмысление культурной сферы жизни общества, культурная репрезентация современных достижений);
- Историческая (сохранение и поддержка культурно–исторических достижений);
- Интеграционная (взаимодействие со странами зарубежья, выход на международный уровень);
- Воспитательная (формирование художественной насмотренности, нравственности и понятия «культурный отдых»);
- Образовательная (деятельность фестиваля как часть образовательного процесса: посещение лекций, практика для студентов, культурное просвещение);
- Культурная самоидентификация (освещение национальных особенностей и достижений, поддержка малых народов и т.д.).

Визуальное сопровождение является неотъемлемой частью мероприятий: социокультурных инициатив, проектов, фестивалей и т.д. Грамотное визуальное

сопровождение обеспечивает узнаваемость проекта, способствует его популяризации, упрощает восприятие и распространение информации. Компьютерные технологии и средства визуализации позволяют расширить функционал дизайн–сопровождения, переводя его как в цифровой формат, так и в дополненную реальность. Цифровизация и компьютеризация привели к большим изменениям во всех сферах жизнедеятельности человека [16]. Цифровая революция расширила профессиональные навыки и возможности дизайнера: работа в графических программах, 3D–моделирование и визуализация, продвижение через сайты и т.д. Технологии и дизайн оказывают взаимное влияние друг на друга, это проявляется во многих областях профессиональной деятельности. «Дизайн – летопись развития техники и технологий» [12, с. 138]. Подобный симбиоз проявляется и в области искусства, в том числе и стрит–арта, способствует его развитию, легализации и популяризации.

3. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФЕСТИВАЛЯ STENOGRAFFIA СРЕДСТВАМИ ДИЗАЙНА

3.1. Анализ проектной ситуации. Роль дизайна в проведении и продвижении фестиваля Stenograffia

Анализ проектной ситуации заключается в поиске, отборе, систематизации и анализе информации и материалов по целям и задачам проектирования, обобщении результатов исследований, формулировании рекомендаций и различного рода ограничений. Включает в себя:

- анализ средовой ситуации (включает в себя расположение, условия эксплуатации и функционал объектов, а также их взаимодействие с другими объектами, расположенными в заданной среде);
- анализ целевой аудитории (возрастные ограничения, потребности, предпочтения, характерные черты и т.д.);
- анализ экономических возможностей и ограничений заказчика (стиль, сроки, ценовой сегмент, пожелания и т.д.; в концептуальных и учебных проектах данный пункт учитывается только при наличии конкретного заказчика проекта);
- анализ актуальных тенденций, проектных и технологических решений;
- анализ экономической и маркетинговой ситуации на рынке подобных товаров и услуг [14].

Анализ проектной ситуации относительно фестиваля Stenograffia вытекает из его целей, формата проведения, роли в жизни города и стрит-арта, а также выполняемых им функций.

Дизайн-сопровождение фестиваля Stenograffia на данный момент включает в себя графические и средовые объекты, а также непосредственно стрит-арт объекты, созданные в рамках проведения фестивалей. Формат фестиваля требует технологическое сопровождение: оборудование, СМИ и т.д. Руководитель Анна Клец и сооснователь Андрей Колоколов на вводной лекции для волонтеров

рассказали про историю Stenograffia и его хронологию. Фестиваль 2010 г. отличался абсолютной стихийностью, медийностью, большим количеством участников (около 200 художников) и идеей сформировать мировое стрит-арт community [30]. Реакция общественности была неоднозначной, поэтому организаторы стремились взвесить все оценки, чтобы определить вектор дальнейшей работы, учесть ошибки и найти пути их решения. Единственным средством визуального сопровождения на тот момент были работы уличных художников, приехавших со всего мира. Постепенно организаторы фестиваля изменяли подходы к работе, искали партнеров, налаживали контакт с общественностью и городской администрацией. Stenograffia – легализованный фестиваль уличного искусства, каждая работа и место для ее создания согласуется с администрацией.

В подкасте «Не Те Люди» Анна Клец дала деятельности фестиваля следующую характеристику: «Сейчас интересно развивать фестиваль, потому что постоянно открываешь новое поле деятельности. Stenograffia – это не только картинки на стенах, которые мы оставляем, это создание комфортной городской среды» [38]. Задачи, которые решает фестиваль:

1. Призвать прикоснуться к прекрасному, воспитать вкус и художественную насмотренность. В рамках фестиваля создаются разноплановые работы: обязательно знаковая работа, которая привлечет внимание общественности, концептуальные, абстрактные и работы в жанре «наивного искусства». Простое проще воспринимается, а субъективное постепенно становится объективным и не случайным. Фестиваль при помощи привычных изображений задает направление и вовлекает зрителя в мир искусства.
2. Вовлечь людей в тему ответственного отношения к окружающей среде, изменения мира к лучшему. Ежегодно в фестивале принимают участие художники, волонтеры и жители города. В рамках фестиваля проходит проект по благоустройству дворов «STENOGRAFFIA по дворе»,

который согласовывается с жителями двора и реализуется совместными усилиями. Данный проект мотивирует людей привносить в свое окружение прекрасное и беречь его.

3. Привлечение внимания общественности к экологическим и социальным проблемам, осуществляется путем ажиотажа или сенсации в социальных сетях и СМИ. Так арт-объект «Лохнесское чудовище», размещенный на озере Ханто вблизи города Ноябрьск, за счет фотографий и статей в крупных СМИ привлек внимание администрации и эко активистов к высокому уровню загрязнения воды. Работы шрифтом Брайля в Екатеринбурге (ул. 8 марта, 36) иллюстрируют и повествуют о достижениях незрячих людей, призывая раскрыть свой потенциал несмотря на трудности) [37].
4. Подчеркнуть статус Екатеринбурга как столицы уличного искусства и способствовать формированию мирового стрит-арт community. Достигается путем привлечения художников из других городов и стран. Андрей Колоколов считает, что всех зарубежных уличных художников стоит приобщать к русской культуре через характер Екатеринбурга – города искусства и свежих взглядов. На данный момент Stenograffia позиционирует Екатеринбург как общественную галерею стрит-арт творчества и стремится расширить круг приглашаемых художников.

Существует гипотеза о влиянии СМИ на общественное мнение: «По мере увеличения информационного потока уровень эффективности воздействия на персону и целевые группы реальной (позиционированной по факту) информации и информации виртуальной (позиционированной по смыслу) меняется в пользу последней. Данная тенденция соотносится с аналогичной применительно к товару (реальность) и бренду (виртуальность)» [20, с. 315]. Соответственно, виртуальная информация (СМИ, интернет) влияет на общественное мнение. Если раньше стрит-арт не воспринимался как социокультурный феномен, а роспись стен причислялась, в большинстве

случаев, к вандализму, то сейчас благодаря идеологии, позиционированию и медийности проектов, подобных Stenograffia, общество изменило свое отношение как к стрит-арту, так и искусству в целом. «У нас много волонтеров от школьников до пенсионеров, они все объединяются для того, чтобы привести в порядок что-то в городе. Все по-разному вкладывают свои силы, кто-то приходит немножко порисовать, а кто-то реально упахивается на фестивале, выживает и делает все, чтобы на улицах города созидать искусство» – Анна Клец про волонтеров, которые принимают участие в деятельности фестиваля Stenograffia и реализации его проектов [38].

Ключевые партнеры фестиваля – Google Art project (2014 г.) и Яндекс Карты, которые фиксируют работы художников Stenograffia, размещают их на картах города как в плоскости, так и в дополненной реальности (режим просмотра городской среды). Такое партнерство способствует популяризации и известности фестиваля. Помимо этого, в центре города проходит Street Art Line, объединяющая работы фестиваля в маршрут. До 2022 г. Street Art Line представляла собой розовую линию на тротуарах, маршрут проходил через знаковые работы фестиваля Stenograffia. Со временем краска потускнела, а количество работ увеличилось. В 2022 г. Street Art Line обновили: обновили маршрут и карты, спроектировали и установили городское оборудование (скамейки, качели, урны, клумбы). Городское оборудование спроектировано, исходя из синтеза комфорта человека и искусства, обладает визуальной ценностью. Данный проект является важным этапом в формировании имиджа фестиваля и взаимодействия со сферой туризма. В рамках фестиваля каждый год проходит ряд мероприятий: роспись стен художниками и жителями города, экскурсии, которые проводятся по маршрутам Street Art Line официальными экскурсоводами, а также при помощи специальный карт на станциях и Яндекс Карты можно проложить маршрут самостоятельно.

Технологическое оснащение помогает и при создании стрит-арта. Для наиболее удобного, быстрого и точного переноса эскиза на стену используется проектор. Также фестиваль использует нейросети для создания уникальных изображений и эскизов. К специальной технике, которую используют на фестивале, относят 3D-принтер для стен и аэрографы, которые необходимы для создания живописи [31].

Stenograffia является значимым мероприятием в г. Екатеринбурге и в мире искусства, которое меняет и формирует мнение общества к стрит-арту. Главным рычагом воздействия и распространения информации о фестивале является диалог со зрителем через СМИ и социальные сети: чем более знаковая работа – тем больше людей о ней узнает. Фестиваль существует и развивается благодаря технологиям (СМИ, оборудование и т.д.), а дизайн-сопровождение способствует поддержанию его имиджа.

Исходя из вышеперечисленной информации о фестивале можно провести анализ проектной ситуации:

- Основной средой фестиваля является сам город, его улицы, стены, дома, поэтому проектируемые объекты будут располагаться в городском пространстве, а главное условие его эксплуатации – это активное взаимодействие с целевой аудиторией;
- Целевая аудитория включает в себя подростков и молодежь, жителей и гостей Екатеринбурга, которые ведут активный образ жизни, интересуются творчеством и нуждаются в общении;
- Источниками финансирования фестиваля являются городская администрация и партнеры фестиваля, поэтому нужно ориентироваться на социальную значимость проекта, чтобы он был интересен для реализации;
- Актуальность дизайн-решения заключается в синтезе фирменного стиля фестиваля и образов, ассоциирующихся с г. Екатеринбургом, что отображает влияние деятельности фестиваля на культуру города;

- В Екатеринбурге существует множество детских и спортивных площадок, а также сам фестиваль Stenograffia ранее разрабатывал элементы благоустройства, но ощущается острая нехватка пространства, направленного на удовлетворение потребностей подростков не только в спорте, но и самореализации и коммуникации со сверстниками.

3.2. Концепция и принципы формообразования

Концепция в дизайне – это совокупность исходных данных, образов, идей, результатов исследований и различных приемов, которые объединяются в единую систему взглядов и содержат основную идею дизайн–проекта.

Концепция дизайн–проекта данной магистерской диссертации заключается в проектировании общественного пространства для подростков возрастом 13–17 лет, которое будет раскрывать их коммуникативный потенциал, мотивировать заниматься активной и интересной деятельностью. Так как проект разработан на примере фестиваля Stenograffia, деятельность которого направлена на создание стрит–арт объектов и популяризацию данного направления в современном искусстве, в основе концепции также лежит идея контролируемого вандализма. Контролируемый вандализм заключается в использовании отдельных элементов благоустройства для свободного выражения своих эмоций, чувств, мыслей и желаний через искусство – надписи, рисунки и т.д. Неважно, какие это эмоции – положительные или отрицательные – человек может их выразить необычным и при этом доступным для него способом, а также открыть для себя новый вид деятельности – стрит–арт. Также на проектирование подобного пространства натолкнула статья «Граффити – это не вандализм, а созидание. Почему подростки так увлечены этой субкультурой.», в которой Торбеев Д. высказал свое мнение по поводу легализации стрит–арта: «Со стороны кажется, что граффити связаны с вандализмом и тотальным уничтожением. Но на самом деле в них гораздо сильнее внутренний соревновательный дух и какие–то созидательные

направления... Было бы неплохо со стороны властей организовать легальные площадки для граффитистов: я думаю, это привлекло бы больше детей в субкультуру. Так подростки будут заниматься творчеством, а не вандализмом.» [26]. Хабиева Н. же в своей работе рассматривает стрит-арт не только как часть современного искусства, но и как вид арт-терапии, который основывается на творческой и умственной деятельности и может корректировать эмоциональные состояния подростков [19].

Сущность концепции содержится в ряде ассоциаций: выражение эмоций, свобода, шалость, активность, комфортное общение, творчество, самоидентификация, самовыражение, коммуникация.

В основе формообразования лежит синтез современных тенденций в проектировании общественных пространств, городского оборудования, разработанного командой фестиваля Stenograffia ранее, а также образов, которые чаще всего ассоциируются с г. Екатеринбург. При этом необходимо создать предложение, которое позволит создавать различные вариации пространства, в зависимости от его габаритов и возможностей, чтобы проект мог быть реализован в разных районах города. Для этого будут применены такие принципы формообразования, как комбинаторика и модульность, которые позволят спроектировать как различные комбинации и вариации для размещения в пространстве, так и оборудование, которое будет функционировать в качестве отдельных элементов, а также в виде единой системы.

Началом формирования концепции послужило исследование в форме анкетирования, на основании которого можно выявить целевую аудиторию, их потребности и т.д. Основываясь на результаты исследования (Приложение А, рис 1–6) можно сделать следующие выводы:

- Половина респондентов (49,4 %) практически не посещают детские площадки. Т.е. нынешние игровые пространства для несовершеннолетних не интересны для подростковой аудитории;

- Большинство респондентов чаще всего обращают внимание на разнообразие игрового оборудования (83,1 %), наличие скамеек (80,7 %), соответствие нормам безопасности (69,9 %), креативность пространства (62,7 %) и разнообразие зон отдыха (57,8 %);
- Респонденты предпочитают следующий досуг: спокойный отдых (75,9 %), активный отдых (63,9 %), творчество (61,4 %);
- Наиболее предпочитаемое игровое оборудование – качели (88 %);
- Минимализм и геометричность, как стилевые направления, в равной степени являются наиболее привлекательными (57,8 %);
- Ключевыми образы г. Екатеринбурга: река Исеть (73,5 %), малахит/минералы (55,4 %), стрит-арт (54,2 %), лес (53 %), горы (51,8 %);

Соответственно, общественное пространство для подростков, должно включать различные виды досуга, актуальные для данной целевой аудитории, и ориентироваться на популярные образы и стилевые направления.

Цветовая гамма проекта представляет собой преобразование палитры фестиваля Stenograffia, которая содержится в их фирменном стиле. Городское оборудование Stenograffia выполнено в розовом цвете подобно Street Art Line – линии, соединяющей стрит-арт объекты фестиваля и образующей единую систему для экскурсий. Наиболее благоприятными считаются цветовые сочетания, основанные на контрасте дополнительных цветов, который является основой цветовой гармонии, так как он как бы уравнивает наше цветовое восприятие [6]. При анализе цветового круга Иттена (см. рисунок 17) в дополнение к розовому были выбраны желтый, зеленый и фиолетовый, которые также часто встречаются в фирменном стиле фестиваля. Распределение цветов по функциональным зонам основывается на форме, образе и функции объекта: зеленый цвет в спортивной зоне, образ которой представляет собой силуэт ящерицы, желтый, подчеркивающий острые углы и образ соболя с герба г. Екатеринбурга, фиолетовый как цвет творческих и мудрых людей, а розовый – продолжение проекта благоустройства города от команды фестиваля.



Рисунок 17 – Цветовой круг Иттена.

Источник:

<https://hometownia.ru/media/editor/3130cf810bd9df6672a25c0e34cec586e9e5243bd69cc02a79bdf9dc32d4cb5b.jpeg>

В соответствии с цветовой гаммой были подобраны расцветки резинового покрытия (EPDM–крошки), которое будет имитировать Street Art Line и при этом создавать более безопасные условия для эксплуатации оборудования (использование спортивного оборудования).

Логотип и серия пиктограмм основываются на предложенных выше цветах, формообразующих принципах и смысловой составляющей дизайн–проекта. Название «СТЕНКА» представляет собой синтез образов и смыслов – первая буква взята из названия фестиваля Stenograffia, а само слово «стенка» как уменьшительно–ласкательная форма «стены», отсылающей к деятельности фестиваля – роспись различных поверхностей, в том числе стен и к более младшей возрастной аудитории. Разработаны 2 варианта логотипа: текстовый и знаковый (см. рисунок 18). Текстовый представляет собой стилизованное название дизайн–проекта, а знаковый – графическое изображение, основанное на перекомпоновке ключевых элементов текстового логотипа. В зависимости

от точки зрения и особенностей восприятия в знаковом логотипе читаются 2 образа: 1) кэп (крышка) для баллончика с краской, которая из него выходит; 2) Street Art Line идущая между стенами города.



Рисунок 18 – Логотип дизайн-проекта, Шишагина О., 2024 г.

Пиктограмма представляет собой знак, содержащий ключевую информацию об объекте, процессе, действии. Выполняется в схематичном виде и соответствует фирменному стилю проекта. Пиктограммы являются важной частью системы визуальной коммуникации, так как представляют собой подсказки для человека: куда ему идти, как взаимодействовать с объектом и т.д. Поэтому серия пиктограмм была основана на базовых действиях, которые возможны в рамках проекта и нуждаются в пояснении: обозначение велодорожек, велопарковок, места для зарядки гаджетов, объектов для росписи и т.д. (см. рисунок 19)



Рисунок 19 – Серия пиктограмм дизайн-проекта, Шишагина О., 2024 г.

3.3. Проектные решения и рекомендации к проектированию

В рамках дизайн–проекта были спроектированы следующие объекты: беседка, модульная система для занятия творчеством и оборудование для спортивной зоны. Также были использованы МАФы от других производителей, например городское оборудование фестиваля Stenograffia (Приложение Б, рис.1–3) и балансиры компании «Dio–rit» (Приложение Б, рис. 4–5).

Виды деятельности были выявлены в результате анкетирования среди целевой аудитории и изученной литературы о потребностях подростков. Основным материалом выступает металл, обшитый пластиком, что обеспечивает прочность и надежность конструкции, а также не ограничивает выбор цветового решения. В качестве дополнительных материалов были выбраны нержавеющая сталь для перекладин и соединений, а также бетон для плит и мест для сидения. В качестве наземного покрытия была выбрана резиновая EPDM–крошка, которую рекомендуют использовать на спортивных и детских площадках для обеспечения безопасного приземления.



Рис. 19 – Палитра EPDM–крошки

Источник:

<https://epdm.ru/?yadclid=103338275&yadordid=184697481&yclid=4814358049282850815>

В ходе проектирования были учтены нормы и требования по проектированию игровых пространств, прописанные в ГОСТ 34614.1–2019 для удобного и безопасного пользования оборудованием [1].

На этапе эскизного поиска были разработаны идеи и особенности формообразования: геометризация, модульность, образность, скругления для придания форме мягкости, преобладание насыщенных цветов (Приложение В, рис. 1–3).

Первыми были разработаны беседки, которые в своей форме отражают следующие ассоциации с г. Екатеринбургом: конструктивизм, Плотина Городского пруда на реке Исеть (среди горожан чаще именуется «плотинкой») и высоты. Беседка является тем объектом, который может помочь в развитии коммуникативных навыков, служит местом для частного разговора для 2–5 человек. Также служит укрытием от незначительных осадков и солнечных лучей. Разработаны 2 варианта беседок: 1) с посадочными местами друг напротив друга; 2) с посадочными местами, интерактивной доской и местом для лектора (рендеры и чертежи см. Приложение В, рис 4–6). Допускается совмещение нескольких беседок, в результате чего появляется возможность сформировать полноценный амфитеатр.

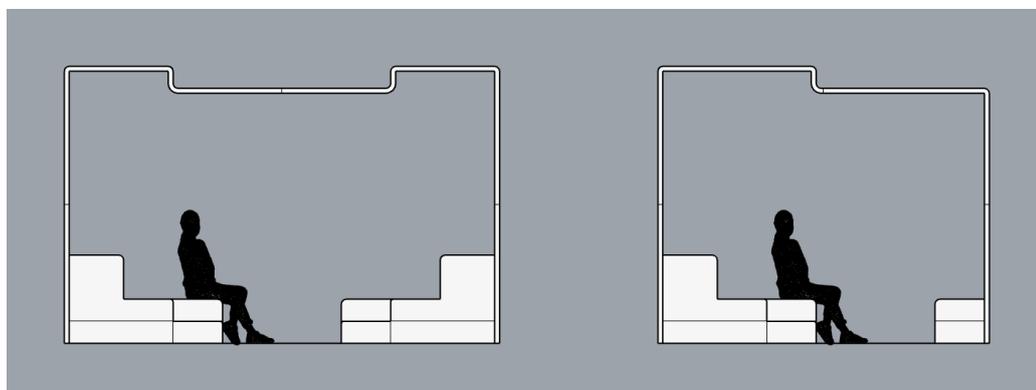


Рис 20 – Беседки для общения, Шишагина О., 2024 г.

Следующим объектом для разработки является модульная система, которая объединяет в себе велопарковку с рабочей поверхностью и мольберт. Данное оборудование можно использовать как в качестве единого объекта, так и по-отдельности. Форма объекта отображает образ соболя, изображенного на гербе г. Екатеринбург в образе защитника со стороны Азии. Одновременно использовать модульную систему могут 1–5 человек. Объединение велопарковки и рабочей поверхности позволяет не слезать с велосипеда на время

отдыха/занятий. Форма велопарковки содержит прорезь для переднего колеса и подставки для ног, чтобы фиксировать положение велосипеда и сидеть без затруднений. Форма мольберта позволяет использовать его по прямому назначению – для рисования, а также в качестве сидения (см. Приложение В, рис 7–9). Покрытие на плоскости мольберта – это меловая доска. Данное решение обусловлено тем, что мел легко стереть обычной влажной тряпкой, к такому типу поверхности можно прикрепить листы бумаги при помощи магнитов, а также материал таких досок очень долговечный и легко заменяемый.

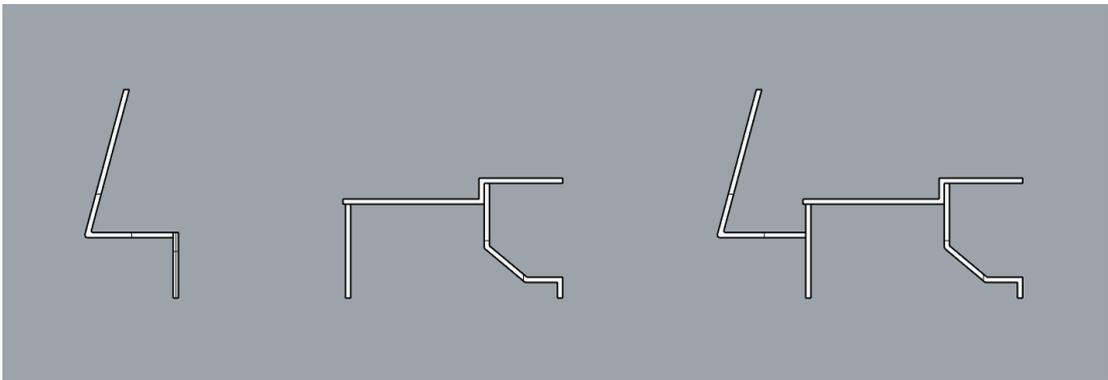


Рис 21 – Модульная система для занятий творчеством, Шишагина О., 2024 г.

Спортивное оборудование представляет собой совокупность следующих элементов: брусья, перекладины, гимнастические кольца, балансиры, велопарковка (см. Приложение В, рис 10–12). Подобное разнообразие оборудования позволяет тренировать разные группы мышц и улучшать чувство баланса. Силуэт спортивного оборудования представляет собой такие образы, как ящерица, горы, силуэт города.

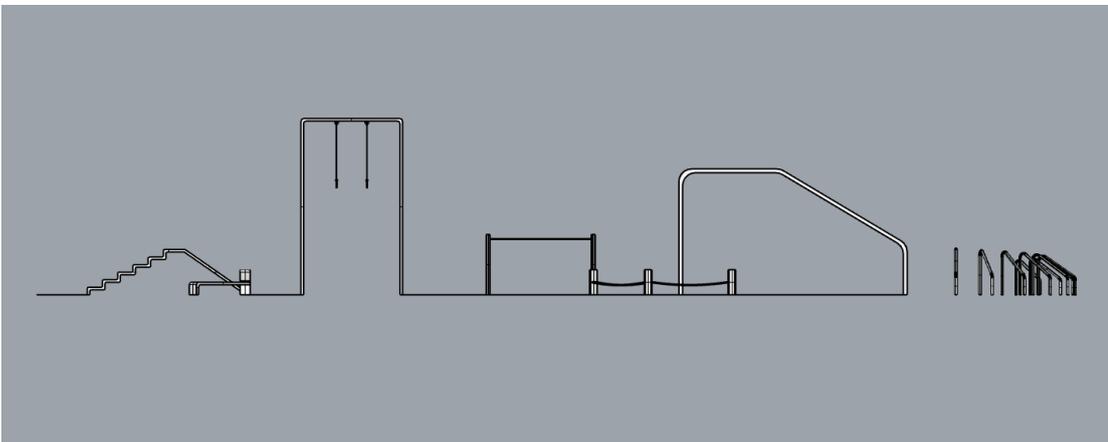


Рис 22 – Спортивное оборудование, Шишагина О., 2024 г.

Также важным оборудованием являются бетонные блоки, предназначенные для росписи в процессе взаимодействия. Выбор материала обусловлен тем, что бетон экологичный, прочный, а также его поверхность можно окрасить и расписать заново по мере необходимости (когда закончится свободное место). Блоки разноуровневые и выполнены в виде полукруглых и прямоугольных фигур.

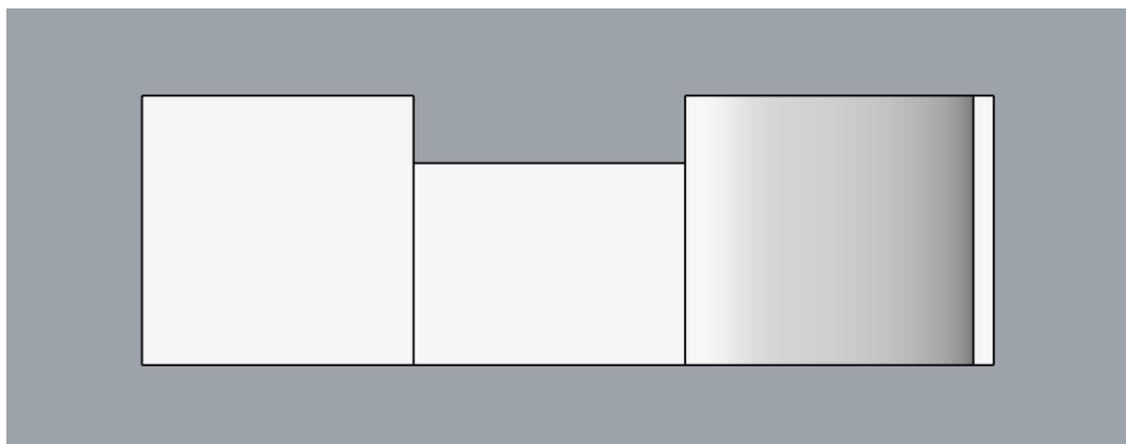


Рис 23 – Бетонные блоки, Шишагина О., 2024 г.

В рамках дизайн–проекта были также разработаны 2 вида планировки: для больших и камерных пространств (Приложение В, рис 13–16). Каждый вариант планировки включает в себя оборудование для разных видов досуга, чтобы у каждого подростка была возможность проявить себя в независимости от места проживания и особенностей окружающей пространство среды. Размещение оборудования предполагается на открытых пространствах, чтобы доступ для эксплуатации был не ограничен.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общественное пространство должно быть ориентировано на жителей и гостей города, быть удобным и понятным для них. От его типа и конкретной целевой аудитории зависят его рекламное позиционирование, набор элементов благоустройства, функциональные зоны и т.д. Важно понимать, что неотъемлемой частью общественного пространства является удовлетворение потребностей целевой аудитории и соблюдение требований для формирования комфортной среды. Так, общественное пространство для подростковой аудитории должно удовлетворять их потребности в самореализации, движении, социальной адаптации, самопознании и коммуникации при помощи необходимого городского оборудования. Общественное пространство должно учитывать контекст городской среды, особенности региона и культурные особенности.

Одной из главных социокультурных инициатив нашего времени являются фестивали, основная функция которых заключается в организации досуга. Фестиваль Stenograffia играет значимую роль в жизни г. Екатеринбурга – формирует комфортную городскую среду при помощи стрит-арт искусства и прививает жителям города художественную насмотренность.

Результатом дизайн-проектирования является общественное пространство для подростков, которое включает модульное оборудование, которое является частью продолжения линейки городского оборудования фестиваля Stenograffia. Проект направлен на раскрытие коммуникативного потенциала подростковой аудитории и удовлетворение потребностей. Оборудование включает в себя беседки, модульные столы-мольберты, велопарковки, спортивное оборудование и бетонные блоки для стрит-арта. Концепция контролируемого вандализма способствует развитию творческих навыков подростков и коррекции их эмоционального состояния.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ГОСТ 34614.1–2019 (EN 1176–1:2017) Оборудование и покрытия игровых площадок. Часть 1. Общие требования безопасности и методы испытаний (с Поправкой) : утвержден и введен впервые Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 ноября 2019 г. N 1302–ст межгосударственный стандарт ГОСТ 34614.1–2019 (EN 1176–1:2017) : введен впервые : дата введения 2020–08–01 / разработан научно–производственного республиканского унитарного предприятия «Белорусский государственный институт стандартизации и сертификации» (БелГИСС) и Федерального государственного унитарного предприятия «Российский научно–технический центр информации по стандартизации, метрологии и оценке соответствия» (ФГУП «Стандартинформ»), 2019. – 91 с.
2. Быстрова, Т. Ю. Философия дизайна: учеб.–метод.пособие / Т. Ю. Быстрова. – 2–е изд., перераб. – Екатеринбург : Изд–во Урал. ун–та, 2015. – 128 с., ISBN 978-5-7996-1559-8
3. Гатина А.Э. Введение в теорию коммуникации: учебное пособие для студ. бакалавриата гуманитарных напр. – Бишкек: Изд–во КРСУ, 2017. – 104 с.
4. Гейл Я. Новые городские пространства [Текст] = New city spaces / Ян Гейл, Ларс Гемзо ; пер. с англ. [О. Поборцева]. – 3–е изд. – Москва : Концерн Крост, 2012. – 263 с., ISBN 978-5-9614-1937-5
5. Григорьев А.Д. Проектирование. Детские игровые площадки : учеб. пособие / А. Д. Григорьев. – Магнитогорск : МаГУ, 2012. – 234 с., ISBN 978-5-86781-959-0
6. Иттен И. Искусство цвета. / И. Иттен, пер. с нем. Л. Монаховой. – Изд. 4–е, испр. – М.: Издатель Д. Аронов, 2004. – 52 с. : ил., ISBN 978-5-94056-015-6
7. Катерина А. А. Психология подросткового возраста : учебное пособие / А. А. Катерина. – Орск : Издательство Орского гуманитарно–

технологического института (филиала) ОГУ, 2015. – 159 с., ISBN 978-5-8424-0770-5

8. Культурология : учебник / Т. Ю. Быстрова [и др.] ; под общ. ред. канд. ист. наук, доц. О. И. Ган. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 192 с., ISBN 978-5-7996-1163-7

9. Кэммоку А., Кузнецова Е. Безвыходное положение // Вокруг света. – 2020. – № 6 (2957). – С. 118–119., ISBN: 0321-0669

10. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2019. – 400 с., ISBN 978-5-4461-1309-5

11. Методы и средства научных исследований: учеб. пособие / Ю. Н. Колмогоров [и др.]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017.– 152 с., ISBN 978-5-7996-2256-5

12. Михайлов С. М., Кулеева Л. М. Основы дизайна: учебник по специальности 2902.00 «Дизайн архитектурной среды» / Под ред. С. М. Михайлова. – Казань: «Новое знание», 1999 – 240 с., ISBN 5-89347-045-1

13. Ненько А.Е. Социологические методы изучения общественных пространств– СПб: Университет ИТМО, 2020. – 55 с.

14. Панкина М. В. Основы методологии дизайн–проектирования : учебное пособие / М. В. Панкина ; Министерство науки и высшего образования РФ, УрФУ им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. – 150 с., ISBN 978-5-7996-3049-2

15. Процюк, М. В. Формирование модели целостной детской игровой среды на открытых городских пространствах : автореф. дис. ... м–ра искусствоведения : 05.10.03 / Процюк Марина Васильевна; науч. рук. Барсукова Н.И. ; НИД. – Москва, 2023. – 24 с.

16. Сколота, З. Н. Современное искусство: формы и технологии / З. Н. Сколота // Журнал «Молодой ученый». – 2013. – № 11 (58). – С. 852–856. – URL: <https://moluch.ru/archive/58/8215/> (дата обращения: 22.05.2024).

17. Стрижова И. В. Особенности формирования нравственной устойчивости личности // Познание и переживание. 2021. Т. 2. No 1. С. 30–46.
18. Уэллс У. Реклама: принципы и практика = Advertising: principles & practice. – СПб.: Питер, 2001. – 736 с. – ISBN 978–5–469–01172–9.
19. Хабиева, Н. В. Стрит–арт в коррекции эмоциональных состояний подростков : автореф. дис. ... м–ра педагогики : 44.04.01 / Хабиева Наталья Валерьевна; Васильева Д.Н. ; СГУ. – Саратов, 2023. – 12 с.
20. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. 490 Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. – 3–е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2006. – 552 с., ISBN 5-7749-0430-X
21. Шимко В.Т. Архитектурно–дизайнерское проектирование. Основы теории (средовой подход): Учебник / В.Т. Шимко, 2–е изд., доп. и испр. – М.: «Архитектура–С», 2009. – 408 с.: ил., ISBN 978-5-9647-0167-5
22. Шепель В. М. Настольная книга бизнесмена и менеджера: управленческая гуманитарология В. М. Шепель. – М. : Финансы и статистика, 1992. – 237 с., ISBN 5-279-00975-X
23. Якупов, П.В. Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры [Текст] / П.В. Якупов // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2016. – № 10. – С. 261–266.
24. Айрат Хамитов. Организация открытого общественного пространства // Образовательный портал «Справочник». – Дата последнего обновления статьи: 10.07.2023. – URL https://spravochnick.ru/arhitektura_i_stroitelstvo/organizaciya_otkrytogo_obschestvennogo_prostranstva/ (дата обращения: 07.04.2024)
25. Баньковская С. П. Социальная адаптация // Большая российская энциклопедия: научно–образовательный портал – URL: <https://bigenc.ru/c/sotsial-naia-adaptatsiia-e96767/?v=5693435>. – Дата публикации: 05.12.2022
26. Бергер А., Торбеев Д. «Граффити – это не вандализм, а созидание». Почему подростки так увлечены этой субкультурой / А. Бергер, Д. Торбеев:

[Электронный ресурс] – URL: <https://mel.fm/vospitaniye/eksperty/2639587-graffiti#comments> (дата обращения: 26.05.2024)

27. Варламов И. 10 лучших общественных пространств России 2019 года // Информационная платформа «Teletype» – URL: <https://varlamov.ru/3726966.html> (дата обращения: 14.05.2024)

28. Виды фестивалей – Текст: электронный//studfile.net: [сайт]. – 2016. (дата обращения: 15.05.24).

29. Гариффулина И., Миронова В. // ЧО уральская паблик-арт программа : официальная группа Вконтакте – URL: https://vk.com/wall-197811344_1802 (дата обращения: 25.04.2024)

30. Запись лекции STENOGRAFFIA 2022: Анна Клец, Андрей Колоколов [Электронный ресурс] // Группа STENOGRAFFIA HERO – Режим доступа: [https://vk.com/stenograffiahero?z=video-](https://vk.com/stenograffiahero?z=video-213509847_456239019%2F9487f2193f07648b2d%2Fpl_wall_-213509847)

[213509847_456239019%2F9487f2193f07648b2d%2Fpl_wall_-213509847](https://vk.com/stenograffiahero?z=video-213509847_456239019%2F9487f2193f07648b2d%2Fpl_wall_-213509847) (дата обращения: 23.05.2024)

31. Запись лекции Работа со стенкой и работа с краской: Таисия Спирина [Электронный ресурс] // Группа STENOGRAFFIA HERO – Режим доступа: [https://vk.com/stenograffiahero?z=video-](https://vk.com/stenograffiahero?z=video-213509847_456239021%2F9a97b4c7f8498c201c%2Fpl_wall_-213509847)

[213509847_456239021%2F9a97b4c7f8498c201c%2Fpl_wall_-213509847](https://vk.com/stenograffiahero?z=video-213509847_456239021%2F9a97b4c7f8498c201c%2Fpl_wall_-213509847) (дата обращения: 23.05.2024)

32. Кунилова К. Особенности и механизмы социальной адаптации // Образовательный портал «Справочник». – Дата последнего обновления статьи: 20.12.2023. – URL

https://spravochnick.ru/sociologiya/socialnaya_adaptaciya/osobennosti_i_mehanizmy_socialnoy_adaptacii/ (дата обращения: 01.05.2024).

33. Люпин А. Внутренний свет // STENOGRAFFIA : официальная группа Вконтакте – URL: https://vk.com/wall249180756_1477 (дата обращения: 25.04.2024)

34. Открытый консорциум : официальный сайт. – Екатеринбург, 2021 – URL: <https://www.openconsortium.ru/> (дата обращения: 07.04.2024)
35. Обломова О. Городское пространство // Образовательный портал «4brain». – URL <https://4brain.ru/urban/space.php> (дата обращения 08.04.2024)
36. Смирнова И. Инфраструктура города // Образовательный портал «Справочник». – Дата последнего обновления статьи: 30.01.2024. – URL https://spravochnick.ru/gosudarstvennoe_i_municipalnoe_upravlenie/infrastruktura_goroda/(дата обращения: 19.04.2024).
37. Стрит–арт для слепых – один из первых в мире [Электронный ресурс] // Информационный портал Пикабу – Режим доступа: https://pikabu.ru/story/stritart_dlya_slepyikh__odin_ikh_pervyikh_v_mire_5430383 (дата обращения: 27.02.2023)
38. Улучшение окружения, диалог через стрит–арт и особенность его внедрения: интервью с руководителем фестиваля STENOGRAFFIA Анной Клец [Электронный ресурс] // Подкаст Не Те Люди – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=UTehzU0WLsA> (дата обращения: 22.05.2024)
39. Фестиваль – Толковый словарь Ожегова // Образовательный портал «Gufo.me». – URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov/фестиваль> (дата обращения: 15.05.2024)
40. Филиппова Т. «Девяностые детства»: опыт взросления в 90–х // Ельцин центр : официальный сайт. – Екатеринбург, 2023 – URL: <https://yeltsin.ru/news/devyanostye-detstva-opyt-vzrosleniya-v-90-h/> (дата обращения: 25.04.2024)
41. Kosugi Reiko Youth Employment in Japan’s Economic Recovery: 'Freeters' and 'NEETs' Архивная копия от 6 декабря 2015 на Wayback Machine

ПРИЛОЖЕНИЕ А. РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

Как часто вы посещаете детские площадки?

83 ответа

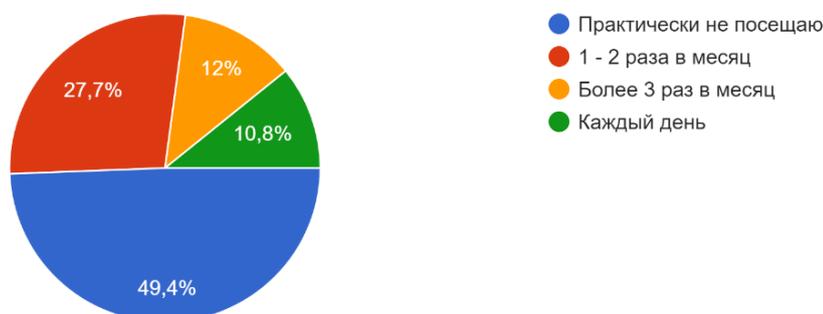


Рисунок А.1 – Процент посещаемости детских площадок

На какие параметры вы обращаете внимание во время посещения детских площадок?

83 ответа

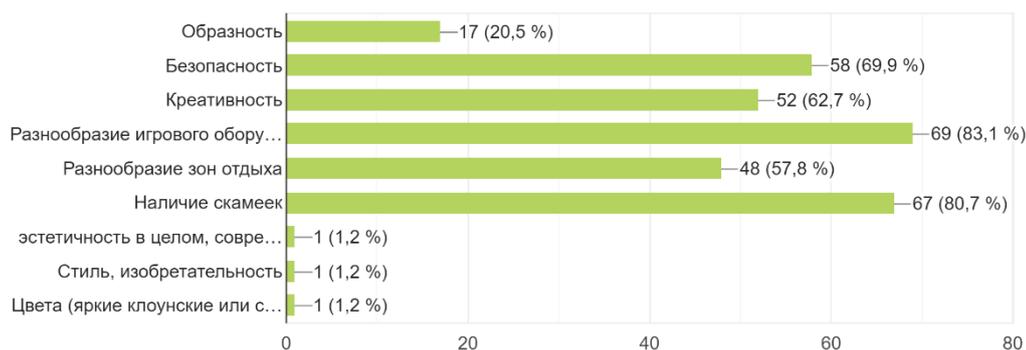


Рисунок А.2 – Параметры игровых площадок

Какие виды отдыха вам наиболее близки?

83 ответа

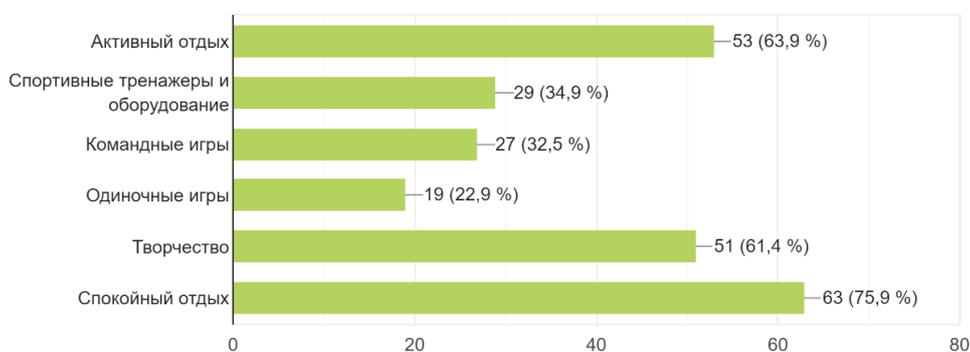


Рисунок А.3 – Виды отдыха

Какое игровое оборудование для вас наиболее интересно?

83 ответа

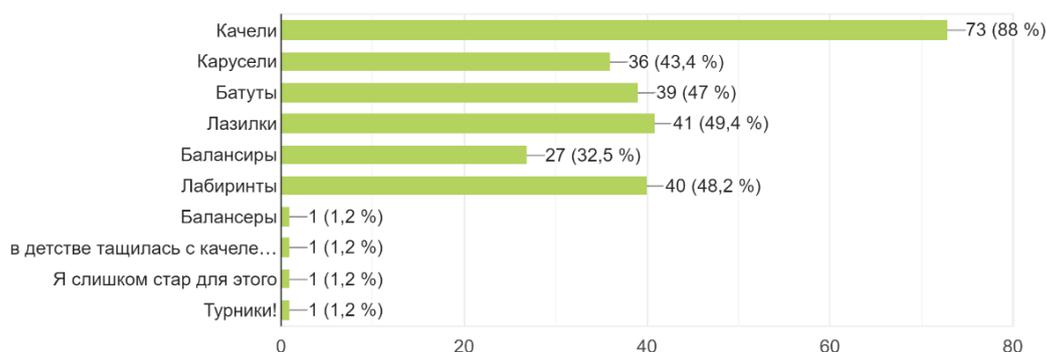


Рисунок А.4 – Игровое оборудование

Укажите варианты детских площадок, которые кажутся вам наиболее приятными для посещения

83 ответа

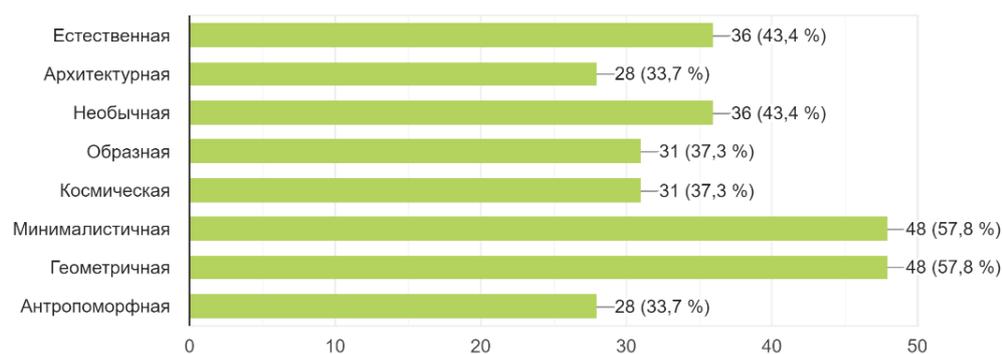


Рисунок А.5 – Стили игровых площадок

Укажите образы/объекты, которые у вас ассоциируются с Екатеринбургом

83 ответа

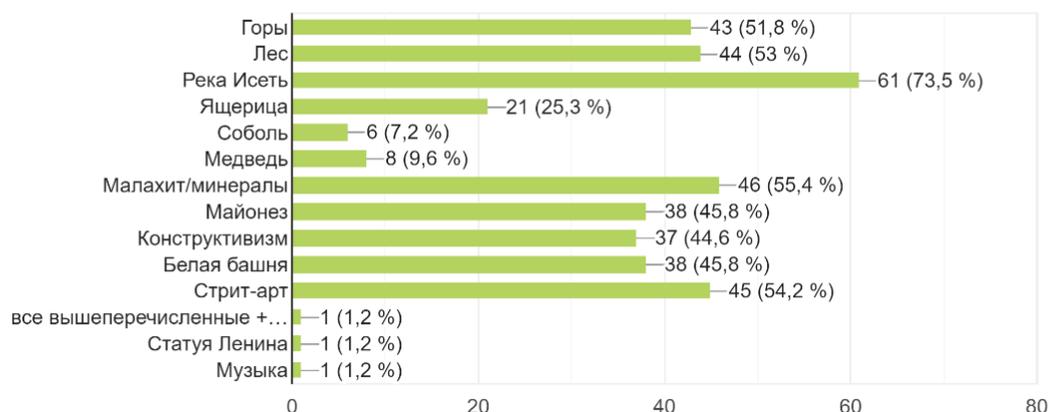


Рисунок А.6 – Ключевые образы – ассоциативный ряд

ПРИЛОЖЕНИЕ Б. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ (МАФ)



Рисунок Б.1 – Городское оборудование Stenograffia



Рисунок Б.2 – Городское оборудование Stenograffia



Рисунок Б.3 – Городское оборудование Stenograffia

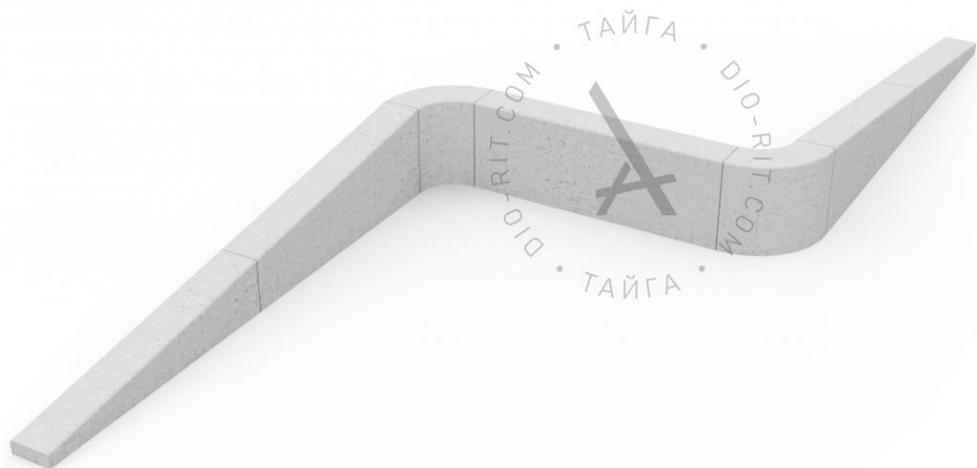


Рисунок Б.4 – Оборудование для тренировки баланса, Тайга (Дио-рит)

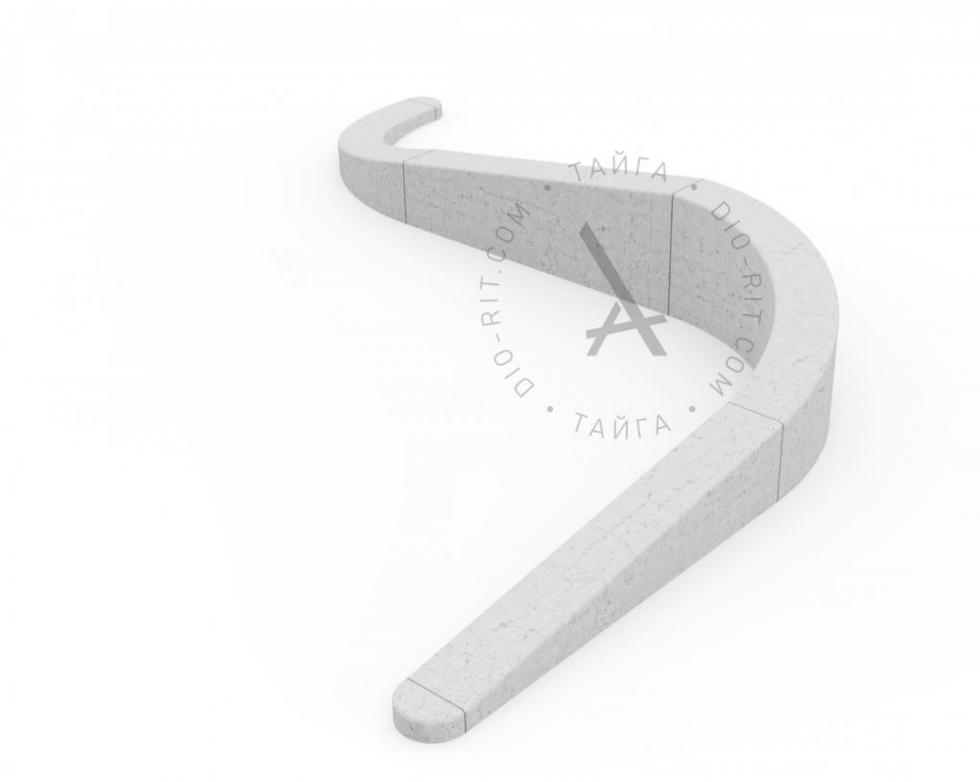


Рисунок Б.5 – Оборудование для тренировки баланса, Тайга (Дио-рит)

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. РЕНДЕРЫ И ЧЕРТЕЖИ ОБЪЕКТОВ

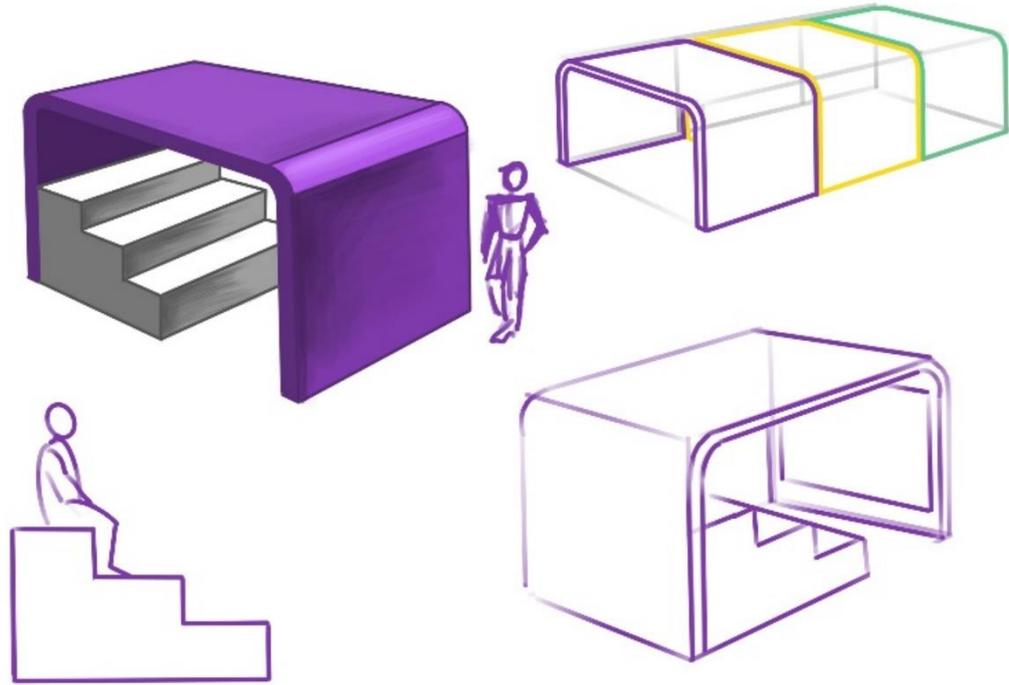


Рисунок В.1 – Эскиз беседок, Шишагина О., 2024 г.

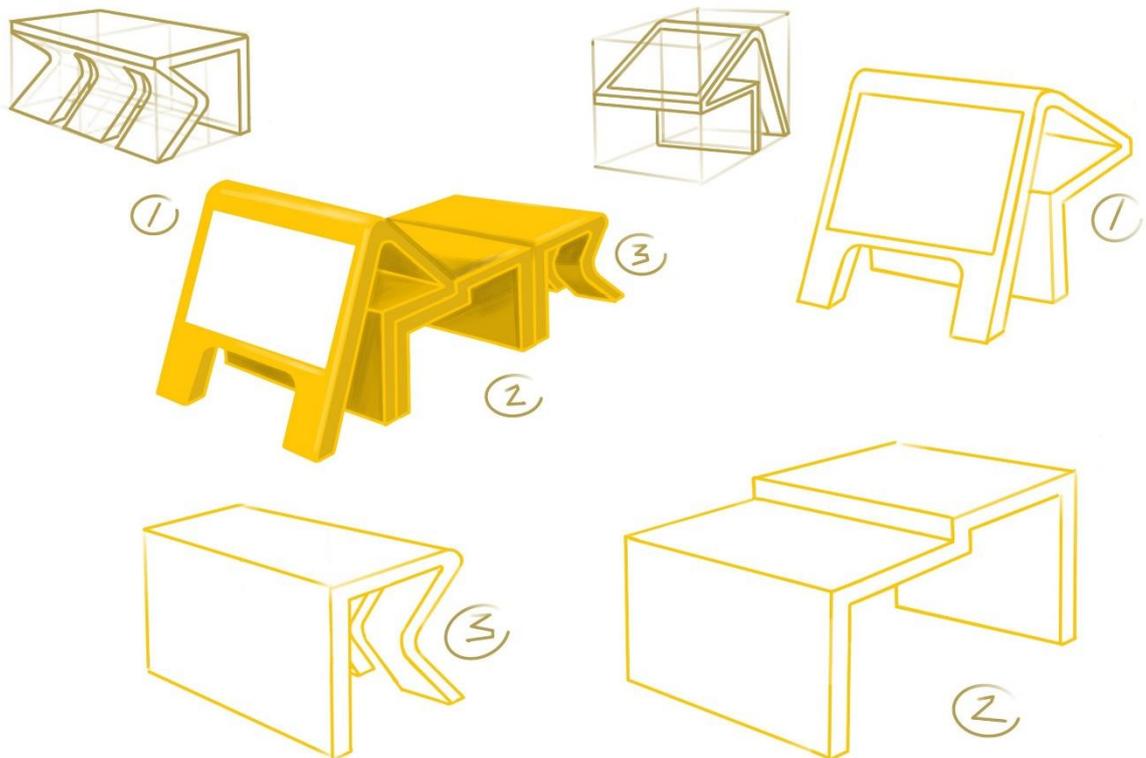


Рисунок В.2 – Эскиз модульного оборудования, Шишагина О., 2024 г.

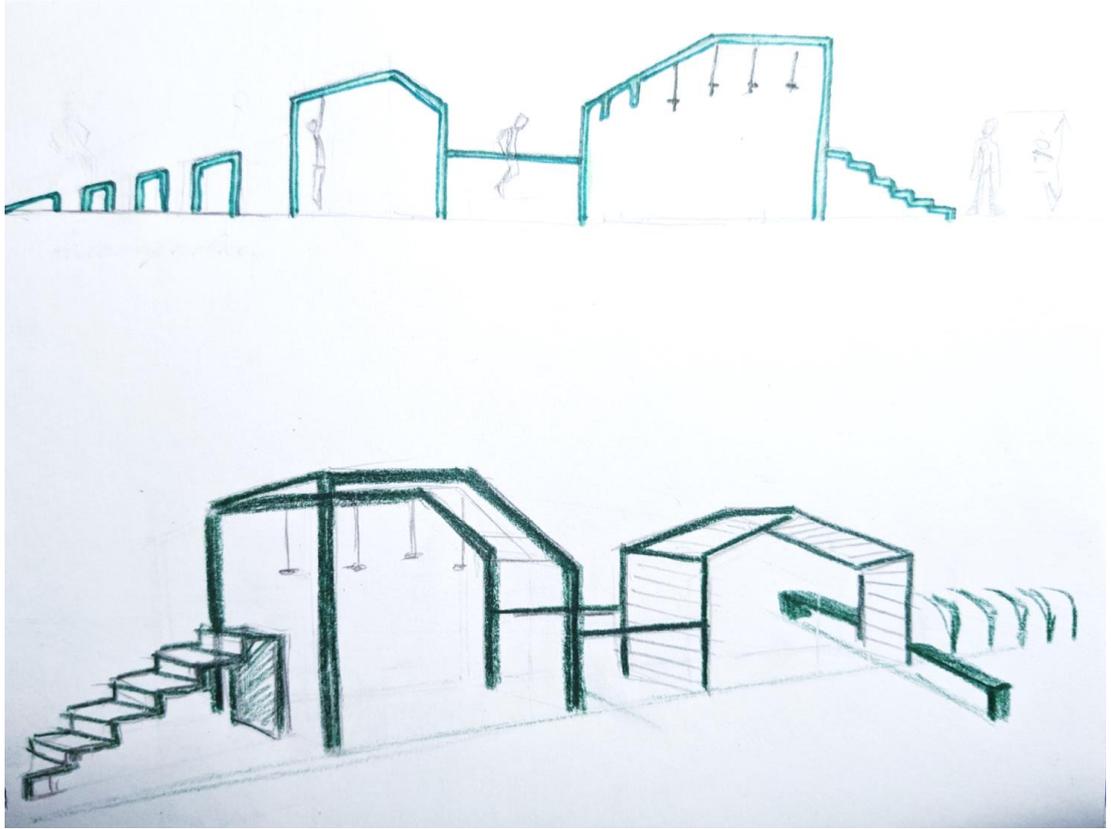


Рисунок В.3 – Эскиз спортивного оборудования, Шишагина О., 2024 г.

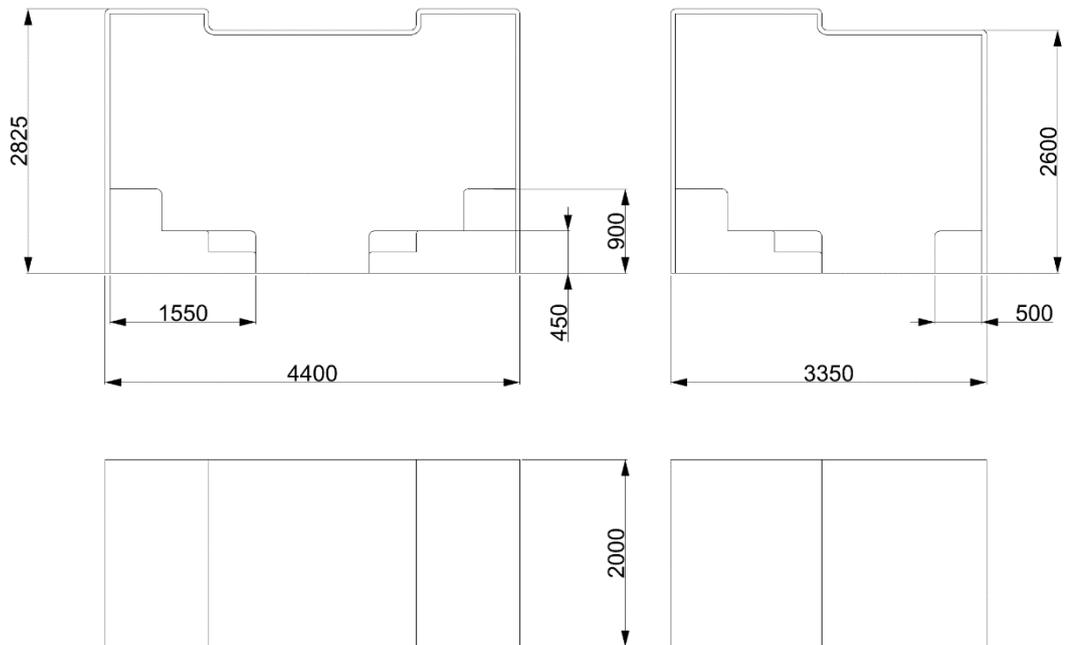


Рисунок В.4 – Габаритные размеры беседок, Шишагина О., 2024 г.



Рисунок В.5 – Рендер беседки (вариант 1), Шишагина О., 2024 г.

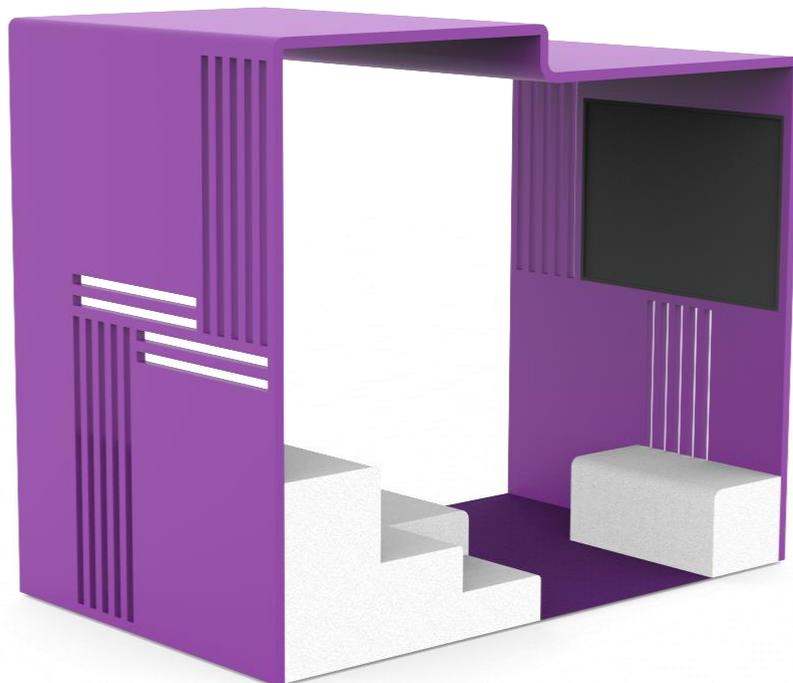


Рисунок В.6 – Рендер беседки (вариант 2), Шишагина О., 2024 г.



Рисунок В.7 – Рендер модульного оборудования, Шишагина О., 2024 г.



Рисунок В.8 – Рендер модульного оборудования, Шишагина О., 2024 г.

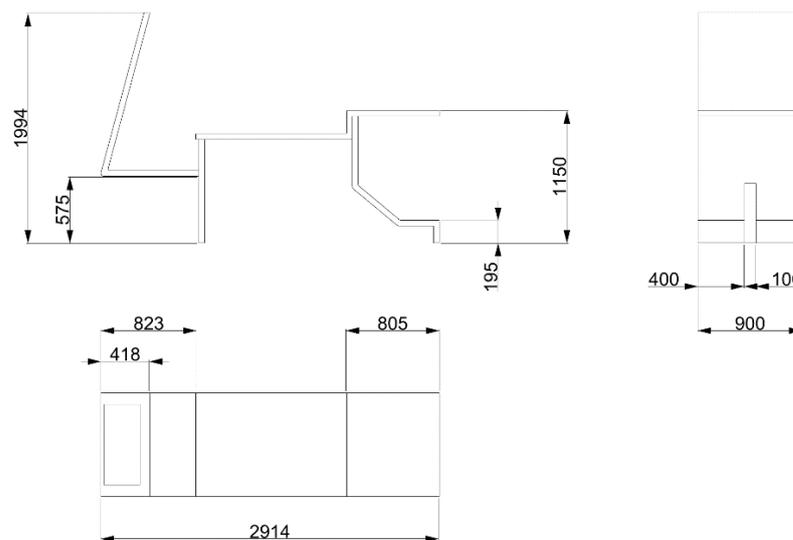


Рисунок В.9 – Габаритные размеры модульного оборудования, Шишагина О., 2024 г.



Рисунок В.10 – Рендер спортивного оборудования, Шишагина О., 2024 г.



Рисунок В.11 – Рендер спортивного оборудования, Шишагина О., 2024 г.

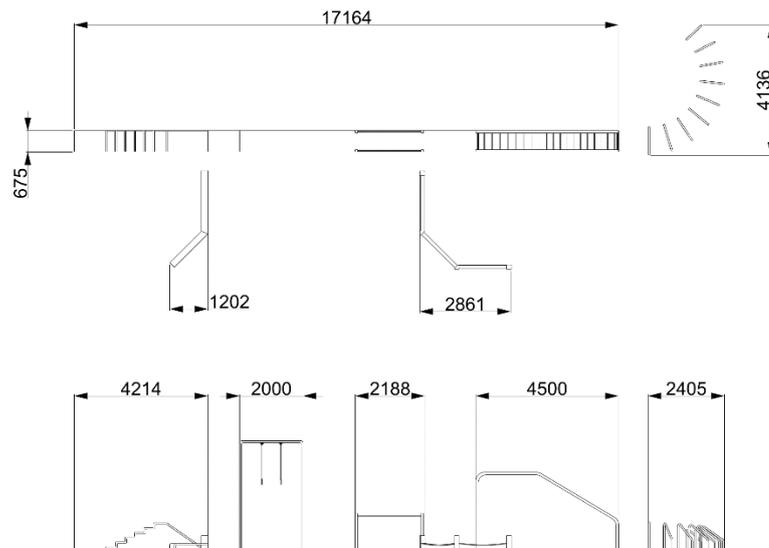


Рисунок В.12 – Габаритные размеры спортивного оборудования, Шишагина О., 2024 г.



Рисунок В.13 – Планировка для большого пространства, Шишагина О.,
2024 г.



Рисунок В.14 – Планировка для большого пространства, Шишагина О.,
2024 г.



Рисунок В.15 – Планировка для камерного пространства, Шишагина О., 2024 г.



Рисунок В.16 – Планировка камерного пространства, Шишагина О., 2024 г.

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА

ОБЪЕКТ: Общественное пространство города как коммуникативная среда

ПРЕДМЕТ: Разработка дизайн-сопровождения общественного пространства в рамках фестиваля Stenograffia

ЦЕЛЬ: Предложить систему методов проектирования общественного пространства для подростков в соответствии с эргономическими требованиями и фирменным стилем фестиваля Stenograffia на основе принципов комбинаторики и модульности

ФУНКЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА

- Социальная коммуникация
- Развитие локальной экономики
- Формирование идентичности и образа города
- Формирование городских сообществ
- Социальное взаимодействие
- Поддержание психического здоровья
- Формирование безопасной среды
- Повышение качества городской среды



Stenograffia

Фестиваль **стрит-арт** искусства, формирующий приятное, доброе и комфортное общественное пространство



STENO
GRAF
FIA

Площадка для **творческих экспериментов**, где каждый может открыть для себя новую грань города, ощутить ответственность за его изменения и попробовать себя в новой роли

Через общие добрые проекты и новую **смысловую оптику** команда меняет восприятие города

КОНЦЕПЦИЯ: Общественное пространство для подростков возрастом 13–17 лет, раскрывающее их коммуникативный потенциал, мотивирующее заниматься активной и интересной деятельностью

ПИКТОГРАММЫ ДЛЯ НАВИГАЦИИ



Городское оборудование фестиваля Stenograffia

СТРАНСТВА: ПРИЕМЫ И МЕТОДЫ ДИЗАЙНА (НА ПРИМЕРЕ

ТИПОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ

| | | | | | |
|--------------|---|--|--|---|--|
| Объекты |  Парки |  Набережные |  Площади |  Улицы |  Тротуары |
| Пространства |  Придомовые |  Корпоративные |  Городского сообщества |  Частные |  Потребительские |

КОМФОРТНОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО

| | | |
|---|--|---|
|  Доступность |  Понятность |  Гибкость |
|  Многофункциональность |  Устойчивость |  Адаптивность |
|  Безопасность |  Идентичность |  Интерактивность |



АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Подростки 13–17 лет
Территория: г. Екатеринбург, Россия

Нуждаются в общественном пространстве, где они могут раскрепоститься и проявить себя



Коммуникация при помощи беседки №2

| ЦЕЛИ | БАРЬЕРЫ | ДРАЙВЕРЫ |
|-------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| Общение со сверстниками | Страх осуждения и недопонимания | Беседки и скамейки |
| Занятия творчеством, самореализация | Страх унижения | Мольберты, рабочее пространство |
| Занятия спортом, развлечения, игры | Часто не пускают на детские площадки | Спорт, качели, балансиры, батуты |
| Выражение чувств и эмоций | Порицание ярких и негативных эмоций | Оборудование для вандализма |

| | |
|-----------------------------|----------------------------|
| Безопасность 70% | Творчество 62% |
| Наличие скамеек 81% | Активный отдых 64% |
| Разнообразие игр 83% | Спокойный отдых 76% |

АССОЦИАТИВНЫЙ РЯД

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
|  STENOGRAFFIA |  Соболь |  Уральские горы |  Ящерица |  Река Исеть |
|---|---|---|--|---|



Велопарковка



Спортивная площадка

ФЕСТИВАЛЯ «STENOGRAFFIA»)

ВАРИАНТЫ ПЛОЩАДОК ДЛЯ АКТИВНОГО ОТДЫХА И ОБЩЕНИЯ



Общий вид малой площадки



План малой площадки



Плита для стрит-арта



Планировка для большого общественного пространства (вид 1)



Планировка для большого общественного пространства (вид сверху)



Панорама большого пространства

902 RAL 6000
Змно-зеленый



C003 RAL 1018
Желтый



C009 RAL 4005
Фиолетовый

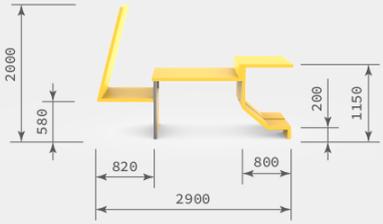


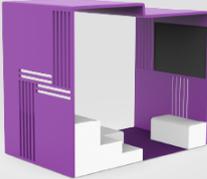
Цветовая палитра EPDM-крошки

МОДУЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

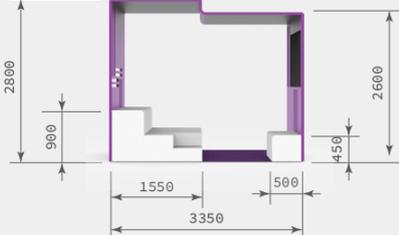


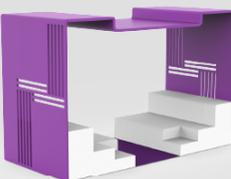
Модульное оборудование:
 - велопарковка
 - рабочий стол
 - мольберт



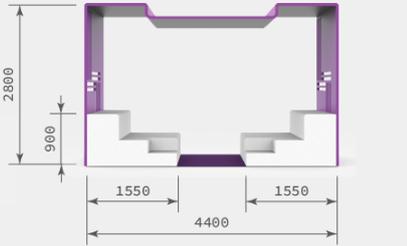


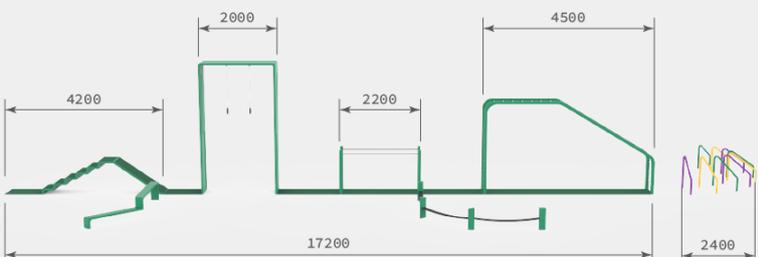
Беседка №1 для презентаций





Беседка №2 для общения



Модульное спортивное оборудование



Коммуникативный потенциал общественного пространства: приемы и методы дизайна (на примере фестиваля «STENOGRAPHIA»)

Автор: Шишагина Ольга Олеговна
 Руководители: Головнева Елена Валентиновна,
 Панкина Марина Владимировна

Диссертационная работа посвящена проблеме раскрытия и развития коммуникативного потенциала подростков при помощи организации общественного пространств приемами и методами арт-дизайна, а также популяризации стрит-арта среди подростков и молодежи.

Исследование включает анализ методов дизайн-мышления для дальнейшего применения в практической части работы – при разработке проектного решения.

Проект модульного оборудования будет продолжением проекта по благоустройству городской среды, популяризации стрит-арт искусства и формированию художественной настороженности среди подростков.

В диссертации рассмотрены различные аналоги российских и зарубежных общественных пространств, проведен анализ примененных решений, их результативности и влияния на целевую аудиторию.

Основываясь на результатах исследования, было разработано концепция проекта и конкретное визуальное решение.

Результаты исследования могут быть полезны как материалы для исследования новых вопросов, связанных с разработкой и проектированием модульного оборудования и элементов благоустройства для подростков.