

4. Гаврилова Т.А., Гулякина Н.В. Визуальные методы работы со знаниями: попытка обзора // Искусственный интеллект и принятие решений. 2008. № 1. – С. 15-21.

5. Ермолаева Ж.Е., Лапухова О.В., Герасимова И.Н. Инфографика как способ визуализации учебной информации // Концепт. 2014. № 11. – С. 26-30.

6. Лаптев В.В. Изобразительная статистика / В.В. Вербицкий. – М. : Эйдос, 2012. – 180 с.

7. Никулова Г.А., Подобных А.В. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн // Образовательные технологии и общество. 2010. №2. – С. 369-387.

8. Симакова С.И. Инфографика: визуализация цифрового контента // Вестник ВУиТ. 2012. № 3. – С. 219-226.

9. Соловьева Т.В. Инфографика в медийном и учебном текстах // Вестник НовГУ. 2010. №57. – С. 76 – 79.

10. Потапов Е. Ваш идеальный выходной [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://infographer.ru/critic-2013-07-12/> (дата обращения: 27.02.16).

11. Как потратить 10 трлн рублей [Электронный ресурс] // Архив журнала «Инфографика». № 1 // Режим доступа: <http://infographicsmag.ru/journal/> (дата обращения: 06.03.16).

Сусарова К.С.

Екатеринбург,

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина*

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

В статье ставится вопрос о необходимости использования средств визуальных коммуникаций для людей с ограниченными возможностями.

Ключевые слова: визуальные коммуникации, люди с ограниченными возможностями, городская среда, информация, ориентирование.

The article raised the issue of the need is stressed to employ visual communication for persons with disabled.

Keywords: visual communication, persons with disabled, urban environment, information, orientation.

Открытый город — город, дружелюбный по отношению ко всем категориям жителей. Идеи доступной среды получают все большее распространение. Значительную роль в их реализации играет дизайн, от качества которого зависит не только настроение, но и образ жизни, и траектории передвижения по городу.

Как известно, наибольшая информационная нагрузка приходится на зрение. «Зрительная система дает мозгу более 90% сенсорной информации» [1. с. 53]. Это означает, что информационная недостаточность в первую очередь тоже дает о себе знать именно в визуальной сфере. Оказавшись в незнакомой среде, человек ищет взглядом указатели, отличительные знаки, вывески, которые помогли бы сориентироваться ему на местности. Людям с ограниченными возможностями, которые имеют нарушения органов чувств, ориентироваться в городской среде намного сложнее. Визуальные коммуникации позволяют не только упростить навигацию для населения, но и сделать городскую среду доступной для всех групп граждан.

Актуальность проблемы заключается в том, что, несмотря на экономическую поддержку государства и создание новых программ по развитию доступной среды для инвалидов, проектирование и внедрение новых средств визуальных коммуникаций осуществляется медленно и не всегда грамотно.

Цель работы — определить средства дизайна, помогающие людям с ограниченными возможностями ориентироваться в городской среде, а значит, способствующие формированию доступной среды.

«В проектной практике термин «системы визуальной коммуникации» (иногда — средства визуальной коммуникации или просто визуальные коммуникации) используется главным образом в значении комплексов, состоящих из графических знаков, надписей, систем цветового кодирования, и предназначенных для ориентации массового потребителя в различных средах — на транспорте, в открытой городской среде, в интерьерах объектов общественного назначения и др.» [2, с. 76]. Визуальные коммуникации служат информационным посредником между городским пространством и человеком, помогают передать структуру и смысл отдельных элементов среды. Пример: надписи на дверях помогают донести до человека информацию в каком месте он может попасть в то или иное здание. На рис.1 представлена входная группа в магазин «Мягкое золото», находящийся по адресу: город Екатеринбург, 8 марта, 73.



Рис.1 входная группа в магазин «Мягкое золото».
Фото: К.С. Сусарова, 2016

Однако данная информация не будет удовлетворять требованиям слабовидящих людей, так как для них текст не читаем, а цветовая палитра недостаточно контрастна. Как следствие, для данной категории населения дизайн визуальных коммуникаций в конкретном примере не выполняет своей задачи.

«Во всем мире около 285 миллионов человек страдают от нарушений зрения, из которых 39 миллионов поражены сле-

потой и 246 миллионов имеют пониженное зрение» [3]. По словам директора «Московского научно-исследовательского института глазных болезней имени Гельмгольца» Владимира Нероева, «каждый год инвалидами по зрению становятся около 45 тысяч жителей РФ» [5]. Следует отметить, что полная слепота наблюдается лишь у 14% людей с нарушением зрения. Остальные 86% имеют остаточное зрение, могут различать цвета, формы, отдельно стоящие предметы. Именно для данных 86% необходимо предусматривать средства визуальных коммуникаций в городской среде.

Примером таких визуальных коммуникаций служат предупреждающие наклейки на дверях. Цвет является неотъемлемой составляющей визуальных коммуникаций, особенно важно учитывать его при создании обозначений для инвалидов по зрению. Для данных наклеек используется преимущественно желтый цвет. «В настоящее время известно, что светочувствительный пигмент йодопсин находящийся во всех колбочках глаза, включает в себя такие пигменты, как хлоролаб и эритролаб. Оба эти пигмента чувствительны ко всей области видимого спектра, однако первый из них имеет максимум поглощения, соответствующий желто-зеленой (максимум поглощения около 540 нм.), а второй желто-красной (оранжевой) (максимум поглощения около 570 нм.) частям спектра» [4]. Из-за данных анатомических особенностей человеческого организма желтый является последним цветом, который отчетливо выделяют люди с нарушением зрения. Для того чтобы слабовидящий человек нашел вход в здание, на двери необходимо расположить желтый круг. Особенно актуальны данные наклейки в больших торговых центрах со сплошным остеклением входной группы, где с трудностью обнаружения двери сталкиваются не только люди с нарушенным зрением, но и обычные пользователи. Согласно СП 35-101-2001 «Проектирование зданий и сооружений с учетом доступности для маломобильных групп населения», визуальную информацию следует размещать на высоте не менее 1,5 м. В Екатеринбурге данная система знаков только начинает вводиться, на рис. 2 и 3 отображена избирательность данного процесса.



Рис. 2 Входная группа «Сбербанк», улица 8 Марта, 99В.
Фото: К.С. Сусарова, 2016

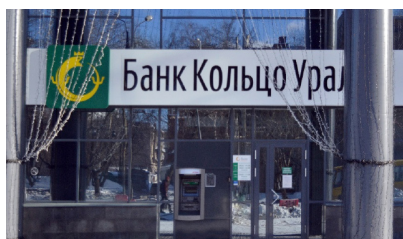


Рис.3 Входная группа «Банк Кольцо Урала», улица 8 Марта, 13.
Фото: К. С. Сусарова, 2016

Следующей важной группой населения, большей частью полагающейся на зрение, являются глухие и глухонемые люди. Из интервью Валерия Никитича Рухледева, Президента Всероссийского общества глухих: «Число лиц с различными нарушениями слуха велико, и в общем по оценкам ВОЗ может составлять до 10% населения, сюда можно отнести возрастное снижение слуха пожилых людей, ухудшение слуха от профессиональной деятельности, военной травмы и техногенных катастроф и т.д. А что касается наших подопечных, потерявших слух полностью или частично в раннем возрасте или с врожденными дефектами слуха, то их количество более 300 тысяч»[6]. Особенно актуально для таких

людей наличие визуальных коммуникациях в общественном транспорте. В метро, не слыша вагоновожатого, человек с нарушением слуха, может сориентироваться по крупным надписям на стенах станций. В трамваях Екатеринбурга выйти глухому человеку на своей остановке достаточно трудно. Большинство трамвайных остановочных комплексов не обозначены графически, другие же отсутствуют совсем, например, остановки: Фрунзе, гостиница Исеть, Шарташская, Куйбышева (ул. Луначарского). Решить данную проблему могут световые короба внутри трамвая с бегущей строкой, на которых будет отображаться название остановки. Такие короба уже установлены в каждом трамвае, но в них размещена исключительно реклама, гороскопы и новости.

Создавая бегущую строку, нужно учитывать тот факт, что словесный язык для глухих вторичен, поэтому текст должен быть удобочитаемым и задерживаться на табло как можно дольше, чтобы человек смог распознать знакомое слово.

Активный процесс урбанизации приводит к постоянному динамичному развитию, уплотнению и ускорению жизненного ритма. Как следствие информационное поле также непрерывно пополняется, человека окружают все больше новых вывесок, знаков, рекламы. Во все более возрастающем темпе жизни человек вынужден практически мгновенно ориентироваться в городском пространстве, своевременно воспринимать в необходимом объеме поступающую информацию, быстро определять оптимальные маршруты передвижения. Данный фактор определяет главную цель визуальных коммуникаций, сделать информацию доступной, понятной и легкоусваиваемой. Людям с ограниченными возможностями становится все сложнее успевать за темпом жизни современного общества. Проанализировав существующую ситуацию в городском пространстве можно сделать вывод, что дальнейшая разработка новых средств визуальных коммуникаций необходимо проводить с учетом потребностей всех групп населения. Необходимо учитывать психологический и физиологический факторы восприятия информации людьми с ограниченными возможностями. Сделать среду открытой и безопасной для каждого человека — главная задача любого современного города.

Список литературы

1. Александров Ю.И. Психофизиология: по специальностям 020400 «Психология», 022700 «Клиническая психология» / Ю. И. Александров. — СПб.: Издательский дом «Питер», 2012. — 463с.

2. Добрицына И.А. Средовые аспекты формирования систем визуальной коммуникации для города / И.А. Добрицына. // Труды ВНИИТЭ. Серия «Техническая эстетика», Дизайн и город. — 1988. — №57. — С. 75-92.

3. Нарушения зрения и слепота: информационная бюллетень №282. 2014. URL: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs282/ru/>

4. Физиология цветоощущения: справочный материал. 2014. URL: <http://eyesfor.me/home/anatomy-of-the-eye/retina/color-vision.html>

5. Инвалидность по зрению ежегодно получают 45 тысяч россиян: статья. 2009. URL: <http://medportal.ru/mednovosti/news/2009/10/07/blind/>

6. Проблемы глухих людей: интервью. 2014. URL: <https://er.ru/interview/2014/10/29/problemy-gluhih-lyudej/>

Тараненко К.В.

Екатеринбург,

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина*

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН ДЛЯ ГОРОДСКОГО МЕРОПРИЯТИЯ

В статье ставится вопрос возможностей графического дизайна для сопровождения городских мероприятий. Особое внимание уделяется анализу логотипов существующих мероприятий, что позволяет в дальнейшем определить оптимальные параметры дизайна.