

УДК 7.012:76:
656.052.74-028.22

DOI:10.30857/2617-
0272.2021.1.11.

СКЛЯРЕНКО Н. В., КОЛОСНІЧЕНКО М. В.
Київський національний університет технологій та дизайну

ТРАНСПОРТНА ЗУПИНКА ЯК ВІЗУАЛЬНО-ДИНАМІЧНА СИСТЕМА: СПОСОБИ ПРОЄКТУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ДИНАМІКИ

Метою дослідження є виявлення способів проєктування динамічних візуальних комунікацій на транспортних зупинках, які спрямовані на гармонізацію взаємодії інформаційного повідомлення, людини та середовища.

Методологія. Робота ґрунтується на використанні системного підходу, який дозволив розглянути динамічні візуальні комунікації як цілісне поле взаємодії людини та середовища. За результатами композиційного та структурно-функціонального аналізів здійснено узагальнення та систематизацію способів проєктування візуальної динаміки на транспортних зупинках.

Результати. В дослідженні розглянуто транспортну зупинку як візуально-динамічну систему із інтенсивними комунікативними процесами, що базуються на інтеграції різних форм чуттєвого досліду людини та урбаністичного середовища. Доведено, що предметно-візуальна, візуально-звукова, візуально-тактильна та цифрова візуальні комунікації обґрунтовують трансформацію сприйняття інформації, поглиблюють його, залучаючи людину до комунікації. Виявлено, що транспортна зупинка перетворюється на експериментальну локацію та забезпечує підвищення емоційного забарвлення комунікативних процесів за рахунок формування імерсивного контексту. Можливість програмування поведінки людей у контексті системи динамічних візуальних комунікацій окреслює здатність стаціонарних зупинок до адаптації до мінливих зовнішніх умов існування.

Наукова новизна. У роботі вперше переосмислено роль візуальних комунікацій у структурі транспортної зупинки та середовища в цілому. Експериментальний характер візуальних комунікацій доводить, що розвиток комунікацій у середовищі здійснюється в напрямку підвищення динаміки та імерсивності.

Практична значущість. Результати дослідження розкривають напрямки підвищення рівня динамічності візуальних комунікацій на транспортних зупинках, що забезпечить ефективність сприйняття інформаційних повідомлень та естетизацію урбаністичного середовища. Виявлені особливості динамічного проєктування візуальних комунікацій можуть бути використані фахівцями з метою облаштування сучасного простору, а також як основа для формування системного мислення дизайнерів в якості освітньої технології.

Ключові слова: транспортна зупинка; візуальні комунікації; візуальна динаміка; імерсивне середовище; урбаністичне середовище.

Вступ. Транспортні зупинки – це невід’ємна частина інфраструктури урбаністичного середовища, що призначена для комфортного та безпечного очікування транспорту пасажирами незалежно від погоди [13, с.267]. Проте в умовах інтенсивного ритму життя та високої напруженості тривале перебування на зупинці зазвичай вважається марною витратою часу, що іноді супроводжується дратівливістю, хвилюванням пропустити свій рейс, стресом, тому досвід від взаємодії

людини та урбаністичного середовища не завжди продуктивний та позитивний.

Зважаючи на це, важливим питанням проєктування є необхідність вдосконалити та гармонізувати систему візуальних комунікацій на зупинках як важливих елементах предметного наповнення архітектурного середовища [1, с.31], де надаються не лише транспортні послуги, а й відбувається активний обмін інформацією. Пошуки способів проєктування візуальних комунікацій, які синхронізуються з

динамікою природного та штучного середовища стають актуальною проблемою сьогодення. Її розв'язання сприятиме підвищенню ефективності сприйняття інформації, трансформації стереотипів, зростанню соціальної активності людей, актуальності громадського транспорту, естетичного та екологічного рівня, а також туристичної привабливості середовища в цілому.

Аналіз попередніх досліджень.

Питання візуальних комунікацій на транспортних зупинках знаходиться на перетині архітектурних, інженерних, філософських, соціокультурних, дизайнерських аспектів, що зумовлює необхідність проведення міждисциплінарного дослідження. Формування емоційно сприятливого візуального середовища відбувається у специфічних умовах візуальної культури постмодернізму із безліччю різноманітних образів [10]. Принципи формування гармонійного архітектурного середовища, що спираються на ієрархію рівнів зорового сприйняття міської забудови, розглядає І. Коротун [4, с. 24–25]. Дослідник звертає увагу на емоційно-естетичні чинники сприйняття архітектурного середовища в цілому. З позицій цивільної інженерії обґрунтовуються проєктні особливості влаштування зупинок у міському середовищі, спрямовані на підвищення комфорту та умов руху громадського транспорту [13]. Власне транспортній зупинці як малій архітектурній формі, що характеризується поступовим розширенням функціонального призначення, присвячена розвідка Н. Дядюх-Богатько [3].

У контексті дослідження еволюційних форм візуальних комунікацій відзначається інтеграція міської інфраструктури з рекламними комунікаціями та людиною як їх невід'ємним учасником, що характеризує універсальність середовища [2; 7; 11] та забезпечує його сприйняття через ігровий принцип [6] та в контексті соціальної та

культурної динаміки [5]. Проте комплексне дослідження способів проєктування візуальних комунікацій на зупинках громадського транспорту до цього часу не проведено.

Постановка завдання. Усвідомлення і розуміння дизайнерами процесів формування сучасного візуального середовища, частиною якого виступає і транспортна зупинка, пов'язано із пошуками динамічних аспектів проєктування системи візуальних комунікацій, що здатна до адаптації до природних процесів, до урбаністичного середовища та потреб людини. Системний підхід дозволить відволіктися від буденної монотонності завдяки ефективному отриманню візуальної інформації, яка не помічається, коли людина постійно поспішає. Саме тому метою дослідження є виявлення способів проєктування динамічних візуальних комунікацій транспортних зупинок, що спрямовані на гармонізацію естетики та ефективності сприйняття інформації у постійно змінному урбаністичному середовищі.

Результати дослідження. Динаміка сьогодні виступає важливою художньо-проєктною характеристикою, яка забезпечує формування багатофункціонального комунікативного поля на основі системного підходу. Тому інтенсивне зростання динаміки оточуючого середовища сприяє більш ґрунтовному підходу до формування його візуальних комунікацій. Транспортну зупинку з цих позицій можемо розглядати як організовану візуально-динамічну систему із складними комунікативними процесами. Т. Белько наголошує, що міська інфраструктура стає логічним продовженням реклами, а людина виступає учасником візуальних комунікацій [2]. Інформаційні повідомлення на зупинках характеризуються високим рівнем візуальної доступності, перетворюючись із звичайного статичного графічного зображення на емоційно забарвлені

пригоди в урбаністичному середовищі. Інформація набуває динаміки шляхом трансформації власне візуального зображення або постійної зміни суб'єктів комунікації. Наприклад, сіті-лайти як традиційні носії візуальної комунікації представляють динамічну візуалізацію інформаційного повідомлення-процесу із значною часовою тривалістю, до створення якого долучена людина. При чому змінюються особливості сприйняття динамічної візуальної інформації, вона викликає зацікавленість, змушує, очікуючи продовження, повертатися до неї знову і знову. Відбувається не миттєва фіксація повідомлення, а спостереження за візуальними змінами впродовж певного часу. Тому очевидно, що тривала динаміка візуальної комунікації дозволяє здійснити аналіз ситуації, зробити висновки, змушує людину не лише бачити, а й аналізувати повідомлення, опрацьовувати отриману інформацію, а значить, активізує процес мислення та вимагає певних дій (Рис. 1, а, б). Важливим є той факт, що з'являється можливість встановлювати динамічні закономірності поведінки візуальних систем в умовах постійно змінних зв'язків у середовищі.

Часта зміна людей, що знаходяться на зупинці, дозволяє прочитати візуальне повідомлення щоразу по-іншому. Така візуальна динаміка забезпечується використанням прийому доповнення зображення, при якому людина стає частиною інформаційного повідомлення (Рис. 1, в, г), а отримання селфі дозволяє їх поширити за принципом організації мережевого зв'язку.

Сьогодні на транспортних зупинках з'являється безліч форм візуальної інформації. А візуалізація виступає джерелом множинних реальностей, що створені людиною. Тому розуміння візуального повідомлення не лише обмежується зображеннями, які сприймаються зором, а й охоплює усі види

чутливості людини – сприйняття звуків, смакових особливостей, запахів, тактильних відчуттів. Трансляція інформації у такій цілісній формі забезпечує швидкість, зрозумілість та ефективність візуальної комунікації. О. Павлова, наголошує, що «максимальна інтенсифікація інформаційного повідомлення досягається саме візуальними практиками» [10, с. 19]. Питання створення візуально-динамічних систем, ефективних у контексті стрімкого зростання мінливості середовища, пов'язано із пошуком способів проектування/вдосконалення динаміки візуальної комунікації.

Найпростішим способом підвищення візуальної комунікації виступає поява на транспортній зупинці предметної форми, що має кардинально протилежне функціональне призначення. Додавання окремих конструктивних елементів, таких як полиці з книгами (Рис. 2, а), гойдалки (Рис. 2, б), рампи для скейтборду тощо, дозволяють реорганізувати стаціонарну малу архітектурну форму, розширивши спектр виконуваних функцій, які продовжують час перебування людини на зупинці та наповнюють його змістом та користю. *Предметно-візуальна комунікація* забезпечує формування патернів поведінки людини, що відбувається на основі тісної взаємодії елементів зовнішньої реклами та конструктивних елементів зупинки в урбаністичному та природному середовищі.

Інтенсивний ритм життя зумовлює пошук нових форм взаємодії людини з середовищем призводить до появи концептуальних зупинок. Відбувається переосмислення структури зупинки та її функціонального призначення. Акцент переноситься на взаємодію людини з середовищем, можливість усамітнитися, заглибитися в себе, спостерігати красу навколишнього світу, відпочити у насиченому динамічному середовищі. Серед таких вирізняється зупинка із тонких сталевих стержнів (Рис. 2, в), що асоціюється

із лісом (японський дизайнер Суї Фудзімото (Sou Fujimoto)) [12]. Таке конструктивне рішення в архітектурі тісно пов'язано із «феноменом сприйняття висоти як найефективнішого носія візуальної інформації» [4, с. 22]. Максимальній інформативності відповідає вертикальна лінія [4, с. 22], що узагальнює сприйняття світу, робить його цілісним. Тому предметно-візуальна комунікація спрямована на розв'язання актуальної проблеми сучасного світу – порушення гармонії людини, урбаністичного середовища та природи.

Питання гармонізації дозволяє вирішити системний підхід до проектування візуальних комунікацій. Способом створення динамічного візуального повідомлення на зупинці можуть виступати звук та колір, формуючи *візуально-звукову комунікацію*. Вона ґрунтується на аналізі асоціацій із діями людини чи напрямком слідування транспорту. Колір та звуки виступають навігаційними елементами в урбаністичному середовищі, а також забезпечують візуалізацію певної взаємодії. Так, за допомогою динамічної візуалізації здійснюється оцінка діяльності людини (наприклад, підсвічується повідомлення та звучать аплодисменти для тих, хто користується еко-транспортом, спонукаючи до збереження природи (Рис. 3, а).

Проектування візуально-звукової комунікації в урбаністичному середовищі вимагає проведення ґрунтового системного дослідження. У жовтні 2020 року в Швеції (місто Умео) була створена інтерактивна зупинка Station of Being як результат співпраці нідерландської студії Rombout Frieling Lab та шведського дослідницького інституту RISE [14]. Зупинка, розроблена засобами smart-технологій, визначає наближення і маршрут транспорту та візуалізує його за допомогою кольору, світла і звуку, повідомляючи пасажирів (Рис. 3, б). Важливо, що дизайнери створили асоціативну карту маршрутів, кожному з

яких відповідають свої кольори та звуки (наприклад, скляний завод виражається через скляний дзвін із відповідним світлим кольоровим забарвленням). Ця зупинка дозволяє реалізувати також концепцію відпочинку та усамітнення завдяки динамічній конструкції із видовжених рухомих модулів у формі стручків гороху (лави та стінки традиційної конструкції відсутні). Дерев'яні модулі, які обертаються, забезпечують захист від погодних умов, створюючи комфортний відпочинок та експлуатацію [14]. Візуально-звукова комунікація не дозволяє людині пропустити свій транспорт та забезпечує можливість зняття напруги під час очікування та визначення маршруту.

Важливим відчуттям людини для отримання інформації виступає дотик. Тактильні відчуття у поєднанні із зоровим сприйняттям інформації формують динамічну *візуально-тактильну комунікацію*. Цей спосіб широко використовується у проектуванні тактильних установок на зупинках, в яких виділяємо два види – дотик до фактурної поверхні та відчуття тепла/холоду. Дія першого виду візуально-тактильної комунікації реалізується у процесах торкання/натискання – реакція об'єкта. Використання різноманітних кнопок, тумблерів, вимикачів дозволяє активізувати інформаційне повідомлення, отримавши реакцію у вигляді появи напису, реального продукту (фруктів, крему від сонячних опіків, мішечків для сміття тощо) або дії (наприклад, виприсування парів води як імітація чихання). Потрібно також відзначити широке використання антистресової дії пухирців на поліетиленовій плівці, якою вкривають зупинки дизайнери (Рис. 4, а) або липучої стрічки (Рис. 4, б).

Тактильні реакції людини пов'язані із відчуттям тепла/холоду, що використовується дизайнерами як засіб для створення візуальної динаміки на територіях з холодним або спекотним кліматом.

Випромінюване тепло на зупинках поєднано із концепціями зовнішньої реклами продукції, що нагрівається для споживання (зупинка з обігрівачем-картоплею McCain, Лондон, Великобританія [9]), дозволяє утримувати увагу користувачів засобами дизайну. Наявність у конструкції зупинки вбудованих об'єктів (інфрачервоні лампи, термостати, кондиціонери тощо) забезпечують комфортні умови перебування людини в середовищі (Рис. 4, в). Використання візуально-тактильної комунікації також стає універсальним способом програмування діяльності людини. Наприклад, рекламні комунікації технологічних зупинок Adidas Hero у містах Скандинавії змушують людей запуснути самостійно процес обігріву за рахунок рухової активності (Рис. 4, г). Таким чином, художньо-проектна діяльність людини виконує корегуючу роль процесів формування середовища зупинки, а користувач керує параметрами візуальної комунікації в ігровій формі.

Візуально-тактильна комунікація часто супроводжується звуковим повідомленням

або випорскуванням пари чи рідини, що активізуються після натискання споживачем. Така комбінація різноманітних способів візуалізації інформації підвищує ефективність повідомлення та формує відповідну поведінкову модель, яка визначається закладеною рекламною концепцією та носить характер тимчасової гри [6].

Інноваційна транспортна зупинка сьогодні розглядається як взаємодія множини компонентів із тісними зв'язками та стає проектним майданчиком для локальних експериментів. Із активним розвитком цифрових технологій візуальна комунікація набуває експериментального характеру. Цілісна зупинка сприймається як джерело інформації, зображаючи динаміку процесу комунікації. Прикладом *цифрової візуальної комунікації* є рекламне повідомлення від Соса-Сола на зупинці в Швеції. Інтерактивна взаємодія викликає візуальні трансформації середовища: купівля пляшки Соса-Сола у зимову пору активізує на стіні зупинки появу літнього пейзажу та квітів, які розквітають, та обігрів (Рис. 5, а).

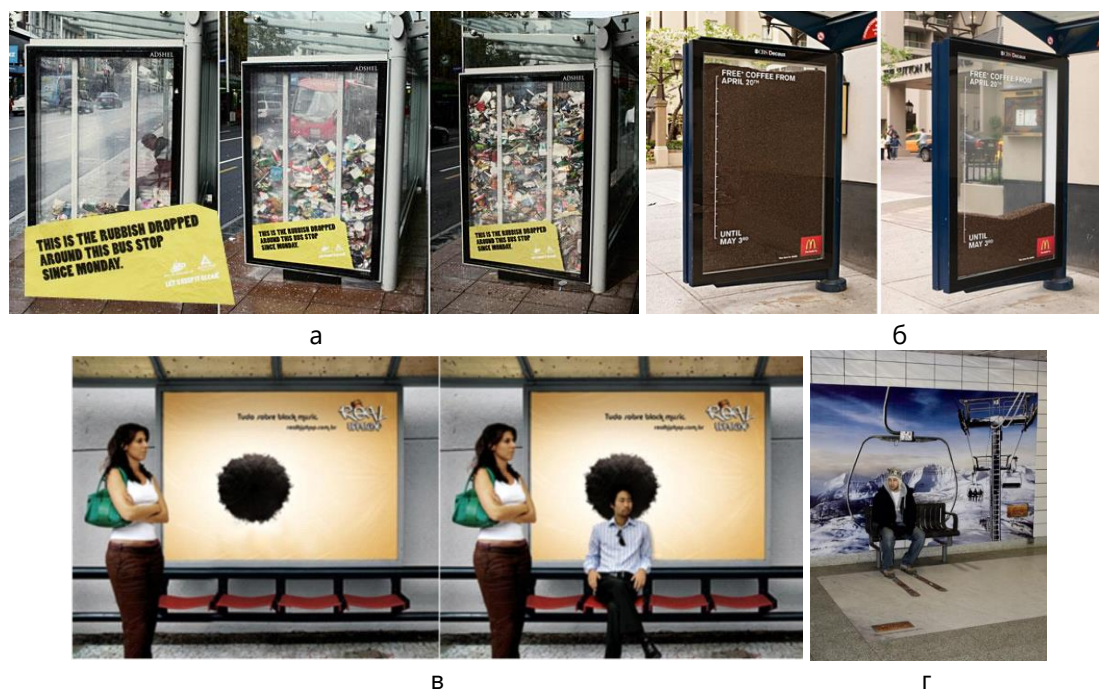


Рис. 1. Зупинки із динамічною візуальною інформацією: а – сміттева інсталяція «Це сміття кидають біля цієї зупинки з понеділка», Окленд, Нова Зеландія, 2008 [15]; б – «Free Coffee From April 20th till May 3rd», Ванкувер, Канада, 2009 [16]; в – «Вся чорна музика», Сан-Паулу, Бразилія, 2011 [17]; г – реклама туристичної агенції, Альберта, Канада, 2013 [18]



Рис. 2. Предметно-візуальна комунікація на транспортних зупинках: а – мережа зупинок-бібліотек, Стамбул, 2014 [19]; б – зупинка з гойдалкою від MacBook Air, Монреаль, Канада, 2011 [20]; в – зупинка з металевих труб, Японія, 2015 [12]

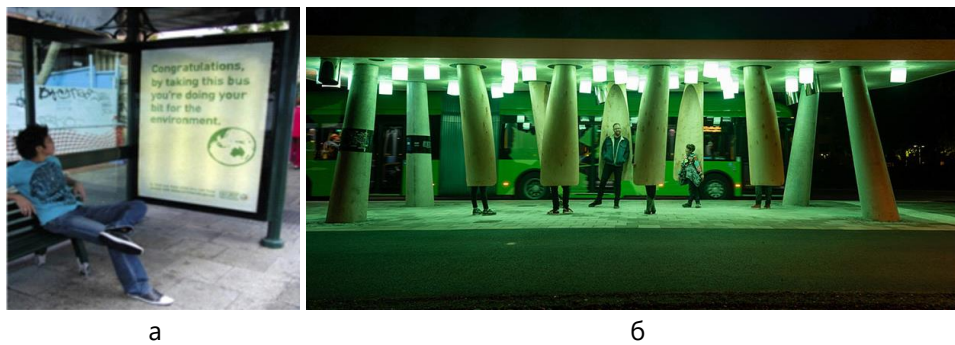


Рис. 3. Візуально-звукова комунікація на транспортних зупинках: а – «Вітаю, обираючи цей автобус, ви робите послугу для оточення», Перт, Австралія, 2009 [21]; б – Station of Being, Умео, Швеція, 2020 [14]

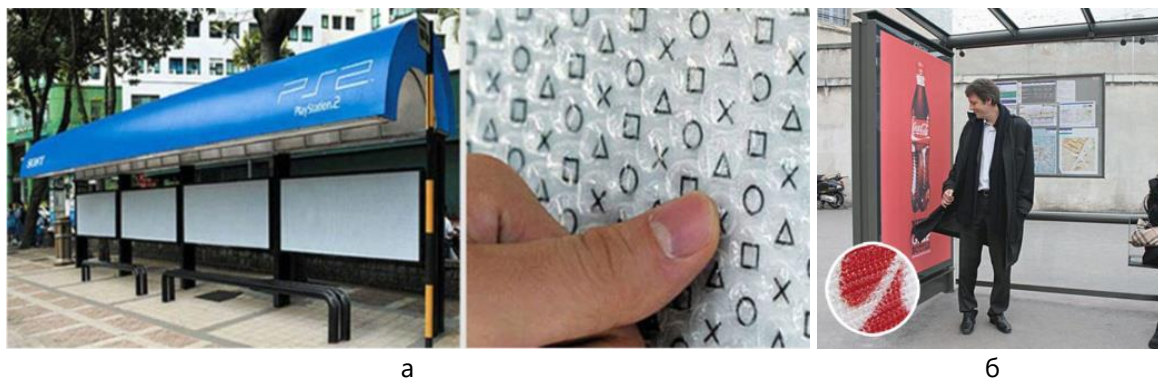
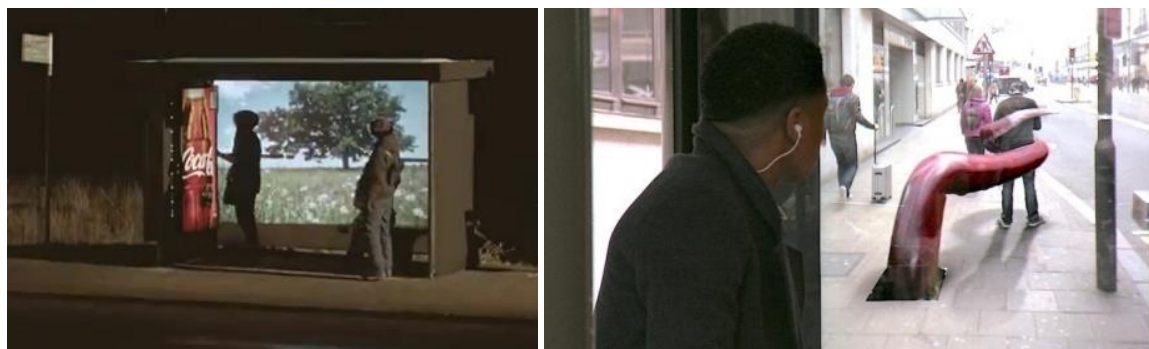


Рис. 4. Візуально-тактильна комунікація на транспортних зупинках: а – антистрес «PlayStation», Малайзія, 2009 [22]; б – зупинка-липучка для Coca-Cola 2009 [23]; в – зупинка-піч, Міннесота, США, 2011 [24]; г – зупинки Adidas Hero у містах Скандинавії, 2013 [25]



а

б



в

г

Рис. 5. Цифрова візуальна комунікація на транспортних зупинках: а – Coca-Cola на зупинці в Швеції, 2014 [26] ; б, в – доповнена реальність для бренда Pepsi Max, Лондон, Великобританія, 2014 [27]; г – «Bus Stop Photoshop Prank», 2013 [28]



а

б

Рис. 6. Динамічні візуальні комунікації природного походження: а – зупинка з акваріумом з живими рибами «Fresh as can be», Франкфурт, Німеччина, 2009 [29]; б – зупинка Hydroleaf Shelter, Іран, 2010 [30]

Інтенсивний розвиток цифрових технологій дозволяє створити імерсивне (з англ. immersive – занурювати) середовище на транспортній зупинці, що має ефект повної або часткової присутності в альтернативному просторі [8]. Відчуття реальної присутності досягається завдяки AR-технології (з англ. augmented reality – доповнена реальність). Такий сміливий експеримент був проведений брендом Pepsi Max та агентством

AMVBBDO (Лондон) (Рис. 5, б, в), а також телеканалом Fox для просування фільму «Ходячі мерці» (Відень), де було встановлено спеціальні монітори доповненої реальності. Емоційний сплеск, часто непередбачувана реакція (втеча, самозахист, крик тощо) засвідчує, що людина переживає події в реальності, а мозок не відрізняє ілюзійну ситуацію від реальної. Сформований доповненою реальністю новий формат взаємодії

ґрунтується на ігровому сценарії, а використання можливостей психіки людини в умовах зростання мінливості навколишнього світу пов'язано із можливістю відчуття і прожити створену ситуацію. Така візуальна комунікація має високий рівень емоційності, що межує з шоківим впливом, чим забезпечує глибоке сприйняття інформації. Занурення в процес AR може стати універсальним інструментом для трансляції візуального повідомлення, що набуває персоналізованого характеру.

Імерсивний характер візуальних комунікацій дозволяє перетворити зупинки з пасажирами на цілісні_складні структури з прихованими елементами. Людина в цій ситуації виступає моделлю для формування та розвитку ідей візуалізації художнього образу, який через деякий час з'являється на конструкціях зупинки. Відбувається синхронізація процесу утворення рухомого візуального зображення із ситуацією на зупинці. Прихована візуальна комунікація викликає непередбачуваний результат, а відповідно, і невідому реакцію людей. Створення таких прихованих динамічних форм візуальних комунікацій ґрунтується на експерименті, що пов'язаний із провокацією до яскравих емоцій-реакцій на основі певного сюжету. Цей феномен носить назву пранк (з англ. – prank – витівка, жарт) та представляє новий тренд ХХІ століття. Такі експериментальні приховані візуальні розваги («таємні пранки») сприяють появі візуального втілення придуманих ситуацій, які до цього часу не були візуалізованими в реальності, та викликають яскраві емоції й інші психофізіологічні утворення. Наприклад, «Bus Stop Photoshop Prank», де автобусні зупинки в Швеції стали територією для динамічного створення рекламних плакатів з випадковими пасажирами в межах світового турне «Adobe Creative Days» (Рис. 5, г).

Динамічні візуальні комунікації перетворюють транспортні зупинки на локальні маркери урбаністичного

середовища, які трансформуються з монотонних на психологічно комфортні. Розглянута візуальна динаміка створює емоційний фон та описує видимі та приховані зв'язки між людиною, транспортною зупинкою та середовищем. Візуальні комунікації, що базуються на використанні природних об'єктів та явищ, сьогодні ще не набули поширення, залишаються лише поодинокими зразками. Введення у структуру транспортних зупинок живих рослинних та тваринних елементів (наприклад, зупинка із акваріумом з живою рибою (Рис. 6, а)) та еко-технологій (збирання та очищення води, акумулювання та використання сонячної енергії на зупинці Hydroleaf Shelter (Рис. 6, б)) є перспективним напрямком проєктування візуальних комунікацій природного походження.

Висновки. У добу постмодернізму візуальна комунікація набуває динамічності, яка синхронізується з процесами життєдіяльності людини, розвитком природного та штучного середовища. Завдяки цьому транспортна зупинка перетворюється на територію для художньо-проєктних експериментів. Відхід від звичайної односторонньої комунікації за рахунок введення динамічних елементів у структуру зупинки зумовив появу нових способів проєктування динамічних візуальних комунікацій, які охоплюють усі види чуттєвого досвіду людини. Виділення предметно-візуальної, візуально-звукової, візуально-тактильної та цифрової візуальної комунікації вказує на трансформацію сприйняття та руйнування стереотипів, що можна пояснити загальними змінами в соціальному та культурному житті. Візуальна динаміка транспортних зупинок носить експериментальний характер та характеризується залученням людини до комунікації, зміною її традиційної поведінки. Емоційно забарвлений процес сприйняття динамічної інформації набуває імерсивності, зближуючи віртуальний та реальний простір. Постійне оновлення та

прогнозування можливості динамічних змін візуальних комунікацій дозволить адаптувати стаціонарні транспортні зупинки до трансформацій урбаністичного простору, створюючи комплексну динамічну візуально-адаптивну систему.

Перспективним напрямком досліджень з огляду на це вважаємо виділення особливостей формування динамічних візуальних комунікацій на транспортних засобах з позицій міждисциплінарних досліджень.

Література

1. Абизов В. А. Засади соціально-культурної ідентичності сучасного архітектурного середовища. *Art and Design*. 2018. №1. 26–34. URL: <http://doi:10.30857/2617-0272.2018.1.3>.
2. Белько Т. В. Эволюция визуальных коммуникаций городской среды. *Известия Самарского научного центра Российской академии наук*. 2012. Т. 14, № 2 (4). С. 1053–1057.
3. Дядюх-Богатко Н. Й. Мала архітектурна форма зупинки громадського транспорту як елемент дизайну та естетичний чинник середовища. *Квалілогія книги*. 2015. 2 (28). С. 139–142. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kk_2015_2_22 (дата звернення: 15.02.2021).
4. Коротун І. В. Основи гармонізації архітектурного середовища. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». *Архітектура*. 2014. № 793. С. 19–26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPARX_2014_793_8 (дата звернення: 15.02.2021).
5. Кошетарова Л. Н. Реклама в контексте социокультурных флуктуаций. *Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств*. 2010. 3 (23). С. 37–39.
6. Кузнецова І. О., Коржаневич Д. О. Особливості ігрового принципу в постмодернізмі. *Теорія та практика дизайну*. 2015. Вип. 7. С. 117–124.
7. Лекторова Ю. Ю. Наружная реклама: этические аспекты контента в городской среде. *Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки*. 2019. № 1. С. 126–139. URL: <http://doi:10.15593/2224-9354/2019.1.11>.
8. Лукашкин С. Куда нас погружают иммерсивные технологии. 2019. URL: <https://habr.com/ru/company/vtb/blog/463707/> (дата обращения: 15.02.2021).
9. Остановка с горячей картошкой. 2012. URL: <https://novate.ru/blogs/080212/20047/> (дата обращения: 15.02.2021).
10. Павлова О. Ю. Візуальна культура як поле ліквідності модерну. *Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство*. 2015. Вип. II (5). С. 15–19.
11. Прудовская О. Ю. Эволюция визуальных коммуникаций в процессе проектирования. *Культурная жизнь Юга России. Теория и история искусства*. 2017. № 4 (67). С. 35–38.
12. Сельский гламур: автобусные остановки от именитых дизайнеров. 2014. URL: <https://novate.ru/blogs/240614/26789/> (дата обращения: 15.02.2021).
13. Степанчук О. В., Тімкіна С. Ю. Аналіз особливостей проектування зупинок громадського пасажирського транспорту на магістральних вулицях. *Наукоємні технології*. 2015. № 3 (27). С. 266–270.
14. Ravenscroft T. Station of Being is an interactive Arctic bus stop. 2019. URL: <https://www.dezeen.com/2019/12/11/rombout-frieling-lab-arctic-bus-stop-umea-sweden/> (Last accessed: 15.02.2021).
15. The Heart of the City. Rubbish installation-poster, New Zealand. 2008. URL: <https://adland.tv/adnews/heart-city-rubbish-installation-poster-new-zealand> (Last accessed: 31.03.2021).
16. McDonald's. «McBus». 2009. URL: <https://www.adforum.com/talent/81767134-michael-milardo/work/34450399> (Last accessed: 31.03.2021).
17. 30 Creative and Effective Ad Campaigns for 2011. URL: <https://www.buzzfeed.com/burnred/30-creative-and-effective-ad-campaigns-for-2011-281t> (Last accessed: 31.03.2021).
18. Marcelo-rubens-paiva. 2013. URL: <https://cultura.estadao.com.br/blogs/marcelo-rubens-paiva/propagandas-geniais/> (Last accessed: 31.03.2021).
19. 9 More Cool Bus Stops From Around The World. 2014. URL: https://www.oddee.com/item_99992.aspx (Last accessed: 31.03.2021).
20. Was, das sollen Bushaltestellen sein? 2011. URL: <https://www.20min.ch/story/was-das-sollen-bushaltestellen-sein-806048726681> (Last accessed: 31.03.2021).

21. Global Warming Advertising. 2011. URL: <https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=worldgreens&logNo=150072182265&proxyReferer=https://www.google.com.ua/> (Last accessed: 31.03.2021) [in Chinese].
22. The Playstation Bus Stop Experience. 2009. URL: <https://popupcity.net/observations/the-playstation-bus-stop-experience/> (Last accessed: 31.03.2021).
23. Bus stop advertising. Velcro Ads Boost Coke Sales in France. 2009. URL: <https://nohappymedium.com/tag/bus-stop-advertising/> (Last accessed: 31.03.2021).
24. Caribou Coffee Turns Up The Heat. 2011. URL: <http://adpr1400.blogspot.com/2011/01/caribou-turns-up-heat.html> (Last accessed: 31.03.2021).
25. «Adidas Hero» stotelės padės sušilti. 2013. URL: <https://ebus.lt/adidas-hero-stotelės-pads-suilti/> (Last accessed: 31.03.2021) [in Lithuanian].
26. Coca-Cola faz verão em ponto de ônibus em pleno inverno da Suécia. 2014. URL: <https://www.criatives.com.br/2014/01/coca-cola-faz-verao-em-ponto-de-onibus-em-pleno-inverno-da-suecia/> (Last accessed: 31.03.2021) [in Portuguese].
27. Viral Video Chart: Watch Pepsi Max's unbelievable bus shelter give Londoners a scare. 2014. URL: <https://www.thedrum.com/news/2014/03/27/viral-video-chart> (Last accessed: 31.03.2021).
28. Adobe Pranks Pedestrians at a Bus Stop with Real-Time Photoshopping. 2013. URL: <https://petapixel.com/2013/06/07/adobe-pranks-pedestrians-at-a-bus-stop-with-real-time-photoshopping/> (Last accessed: 31.03.2021).
29. Fish franke. 2009. URL: https://www.adsoftheworld.com/media/ambient/fish_franke_fish (Last accessed: 31.03.2021).
30. Greenest technologies. 2010. URL: <http://greenesttech.blogspot.com/2010/12/hydroleaf-shelter-solar-powered-bus.html> (Last accessed: 31.03.2021).
- References**
1. Abyzov, V. A. (2018). Zasady sotsial'no-kul'turnoi identychnosti suchasnoho arkhitekturnoho seredovyscha [Principles of socio-cultural identity of the modern architectural environment]. *Art and Design*, (1). 26–34. URL: <https://doi:10.30857/2617-0272.2018.1.3> [in Ukrainian].
2. Belko, T. V. (2012). Evolyutsiya vizualnykh kommunikatsiy gorodskoy sredy [Evolution of visual communications of the urban environment]. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiyskoy akademii nauk*, Vol. 14, 2(4). 1053–1057 [in Russian].
3. Diadiukh-Bohat'ko, N. J. (2015). Mala arkhitekturna forma zupynky hromads'koho transportu iak element dyzajnu ta estetychnyj chynnyk seredovyscha [Small architectural form of public bus stop as an element of design and aesthetic factor of the environment]. *Kvalilohiia knyhy*, 2 (28). 139–142. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kk_2015_2_22 (Last accessed: 15.02.2021) [in Ukrainian].
4. Korotun, I. V. (2014). Osnovy harmonizatsii arkhitekturnoho seredovyscha [Fundamentals of harmonization of the architectural environment]. *Visnyk Natsional'noho universytetu "L'viv'ska politekhnika"*. *Arkhitektura*, 793. 19–26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPARX_2014_793_8 (Last accessed: 15.02.2021) [in Ukrainian].
5. Koshetarova, L. N. (2010). Reklama v kontekste sotsiokulturnykh fluktuatsiy [Advertising in the context of socio-cultural fluctuations]. *Vestnik Chelyabinskoy gosudarstvennoy akademii kul'tury i iskusstv*, 3 (23). 37–39 [in Russian].
6. Kuznetsova, I. O., Korzhanevych, D. O. (2015). Osoblyvosti ihrovoho pryntsyphu v postmodernizmi [Features of the game principle in postmodernism]. *Teoriia ta praktyka dyzajnu*, Vol. 7. 117–124 [in Ukrainian].
7. Lektorova, Yu. Yu. (2019). Naruzhnaya reklama: eticheskie aspekty kontenta v gorodskoy srede [Outdoor advertising: ethical aspects of content in the urban environment]. *Vestnik PNIPU. Sotsialno-ekonomicheskie nauki*, 1. 126–139. URL: <http://doi:10.15593/2224-9354/2019.1.11> [in Russian].
8. Lukashkin, S. (2019). Kuda nas pogruchayut immersivnyie tehnologii [Where do immersive technologies immerse us]. URL: <https://habr.com/ru/company/vtb/blog/463707/> (Last accessed: 15.02.2021) [in Russian].
9. Ostanovka s goryachey kartoshkoy (2012). [A bus stop with hot potatoes]. URL: <https://novate.ru/blogs/080212/20047/> (Last accessed: 15.02.2021) [in Russian].
10. Pavlova, O. Yu. (2015). Vizual'na kul'tura iak pole likvidnosti modern [Visual culture as a field of liquidity of modernism]. *Mizhnarodnyj visnyk: kul'turolohiia, filolohiia, muzykoznavstvo*, Vol. II (5). 15–19 [in Ukrainian].
11. Prudovskaya, O. Yu. (2017). Evolyutsiya vizualnykh kommunikatsiy v protsesse

- proektirovaniya [Evolution of visual communications in the design process]. *Kulturnaya zhizn Yuga Rossii. Teoriya i istoriya iskusstva*, 4 (67). 35–38 [in Russian].
12. Selskiy glamur: avtobusnyie ostanovki ot imenityih dizaynerov [Country glamor: bus stops from famous designers]. (2014). URL: <https://novate.ru/blogs/240614/26789/> (Last accessed: 15.02.2021) [in Russian].
13. Stepanchuk, O. V., Timkina, S. Yu. (2015). Analiz osoblyvostej proektuvannia zupynok hromads'koho pasazhyrs'koho transportu na mahistral'nykh vulytsiakh [Analysis of features of designing public passenger transport stops on main streets]. *Naukoiemni tekhnologii*, 3 (27). 266–270 [in Ukrainian].
14. Ravenscroft, T. (2019). Station of Being is an interactive Arctic bus stop. URL: <https://www.dezeen.com/2019/12/11/rombout-frieling-lab-arctic-bus-stop-umea-sweden/> (Last accessed: 15.02.2021).
15. The Heart of the City. Rubbish installation-poster, New Zealand. 2008. URL: <https://adland.tv/adnews/heart-city-rubbish-installation-poster-new-zealand> (Last accessed: 31.03.2021).
16. McDonald's. «McBus». 2009. URL: <https://www.adforum.com/talent/81767134-michael-milardo/work/34450399> (Last accessed: 31.03.2021).
17. 30 Creative and Effective Ad Campaigns for 2011. URL: <https://www.buzzfeed.com/burnred/30-creative-and-effective-ad-campaigns-for-2011-281t> (Last accessed: 31.03.2021).
18. Marcelo-rubens-paiva. 2013. URL: <https://cultura.estadao.com.br/blogs/marcelo-rubens-paiva/propagandas-geniais/> (Last accessed: 31.03.2021).
19. 9 More Cool Bus Stops From Around The World. 2014. URL: https://www.oddee.com/item_99992.aspx (Last accessed: 31.03.2021).
20. Was, das sollen Bushaltestellen sein? 2011. URL: <https://www.20min.ch/story/was-das-sollen-bushaltestellen-sein-806048726681> (Last accessed: 31.03.2021).
21. Global Warming Advertising. 2011. URL: <https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=worldgreens&logNo=150072182265&proxyReferer=https:%2F%2Fwww.google.com.ua%2F> (Last accessed: 31.03.2021) [in Chinese].
22. The Playstation Bus Stop Experience. 2009. URL: <https://popucity.net/observations/the-playstation-bus-stop-experience/> (Last accessed: 31.03.2021).
23. Bus stop advertising. Velcro Ads Boost Coke Sales in France. 2009. URL: <https://nohappymedium.com/tag/bus-stop-advertising/> (Last accessed: 31.03.2021).
24. Caribou Coffee Turns Up The Heat. 2011. URL: <http://adpr1400.blogspot.com/2011/01/caribou-turns-up-heat.html> (Last accessed: 31.03.2021).
25. «Adidas Hero» stotelės padės sušilti. 2013. URL: <https://ebus.lt/adidas-hero-stotelis-pades-suilti/> (Last accessed: 31.03.2021) [in Lithuanian].
26. Coca-Cola faz verão em ponto de ônibus em pleno inverno da Suécia. 2014. URL: <https://www.criatives.com.br/2014/01/coca-cola-faz-verao-em-ponto-de-onibus-em-pleno-inverno-da-suecia/> (Last accessed: 31.03.2021) [in Portuguese].
27. Viral Video Chart: Watch Pepsi Max's unbelievable bus shelter give Londoners a scare. 2014. URL: <https://www.thedrum.com/news/2014/03/27/viral-video-chart> (Last accessed: 31.03.2021).
28. Adobe Pranks Pedestrians at a Bus Stop with Real-Time Photoshopping. 2013. URL: <https://petapixel.com/2013/06/07/adobe-pranks-pedestrians-at-a-bus-stop-with-real-time-photoshopping/> (Last accessed: 31.03.2021).
29. Fish franke. 2009. URL: https://www.adsofttheworld.com/media/ambient/fish_franke_fish (Last accessed: 31.03.2021).
30. Greenest technologies. 2010. URL: <http://greenesttech.blogspot.com/2010/12/hydroleaf-shelter-solar-powered-bus.html> (Last accessed: 31.03.2021).

BUS STOP AS A VISUAL DYNAMIC SYSTEM: WAYS OF THE VISUAL DYNAMIC CREATION

SKLIARENKO N. V., KOLOSNIHENKO M. V.
Kyiv National University of Technologies and Design

The purpose of the study is to find the ways of the creation of the dynamic visual communications on bus stops. It will make the interaction of the message, a human and the environment harmonious.

Methodology. The work is based on the system approach. It makes possible to consider dynamic visual communications as the integral area for the communication of a human and the environment. The results of the compositional and structural and functional analysis helped to make the generalization and systematization of the ways for the visual dynamic creation on bus stops.

Results. In the study we consider the bus stop as the visual dynamic system with the intensive communicational processes, which are based on the integration of different forms of human sensitive experience and the urban environment. We proved that subject-visual, visual-sound, visual-tactile and digital visual communications substantiate the transformation of the information perception and deepen it. At the same time a human becomes a part of the communication. Bus stop turns into the experimental location and provides increased emotionality of the communicational processes due to the forming of the immersive context. The designer can afford to program the people's behavior in the system of the visual dynamic communications. It allows creating opportunities for the stationary bus stops to adapt to the changing external living conditions.

Scientific novelty. In the work we rethink the role of the visual communication in the bus stop structure and in the whole

ТРАНСПОРТНАЯ ОСТАНОВКА КАК ВИЗУАЛЬНО-ДИНАМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА: СПОСОБЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ВИЗУАЛЬНОЙ ДИНАМИКИ

СКЛЯРЕНКО Н. В., КОЛОСНИЧЕНКО М. В.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Целью исследования является определение способов проектирования динамических визуальных коммуникаций на транспортных остановках, которые направлены на гармонизацию взаимодействия информационного сообщения, человека и среды.

Методика. Работа основывается на использовании системного подхода, который позволил рассмотреть динамические визуальные коммуникации как целостное поле взаимодействия человека и среды. На основе результатов композиционного и структурно-функционального анализов проведено обобщение и систематизация способов проектирования визуальной динамики на транспортных остановках.

Результаты. В исследовании рассмотрена транспортная остановка как визуально-динамическая система с интенсивными коммуникативными процессами, которые базируются на интеграции разных форм чувственного опыта человека и урбанистической среды. Доказано, что предметно-визуальная, визуально-звуковая, визуально-тактильная и цифровая визуальные коммуникации обосновывают трансформацию восприятия информации, углубляют ее, вовлекая человека в процессы коммуникации. Обнаружено, что транспортная остановка превращается в экспериментальную локацию и обеспечивает повышение эмоциональности коммуникативных процессов за счет формирования иммерсивного контекста. Возможность программирования поведения людей в контексте системы динамических визуальных коммуникаций создает возможности для адаптации стационарных остановок к изменчивым внешним условиям существования.

Научная новизна. В работе впервые сделана попытка переосмысления роли визуальных коммуникаций в структуре транспортной

environment. The visual communication has an experimental nature. It proves that the communications in the environment are developing towards the increasing dynamics and immersion.

Practical significance. The results of the study show the ways to increase the level of dynamics of the visual communications on bus stops. It will make the perception of the informational messages more effective and will make the urban environment more aesthetic. The features of the dynamical designing, which were found, can be used by specialists with the purpose of the designing of the modern environment. In addition, they can be used as the educational technology to form the system thinking of designers.

Keywords: *a bus stop; visual communications; visual dynamic; an immersive environment; an urban environment.*

остановки и среды в целом. Экспериментальный характер визуальных коммуникаций доказывает, что развитие коммуникаций в среде осуществляется в направлении повышения динамики и иммерсивности.

Практическая значимость. Результаты исследования раскрывают направления повышения уровня динамики визуальных коммуникаций на транспортных остановках, что обеспечит эффективность восприятия информационных сообщений и эстетизацию урбанистической среды. Обнаруженные особенности динамического проектирования визуальных коммуникаций могут быть использованы специалистами с целью обустройства современного пространства, а также как основа для формирования системного мышления дизайнеров в качестве образовательной технологии.

Ключевые слова: *транспортная остановка; визуальные коммуникации; визуальная динамика; иммерсивная среда; урбанистическая среда.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Скляренко Наталія Владиславівна, канд. мистецтв., доцент, докторант факультету дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-9188-1947, **e-mail:** nata_skliarenko@ukr.net

Колосніченко Марина Вікторівна, д-р техн. наук, професор, декан факультету дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-0020-3214, Scopus 24076493500, **e-mail:** kolosnichenko.mv@knutd.edu.ua

Цитування за ДСТУ: Скляренко Н. В., Колосніченко М. В. Транспортна зупинка як візуально-динамічна система: способи проектування візуальної динаміки. *Art and design*. 2021. №1(13). С. 120–132.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.11>

Citation APA: Skliarenko, N. V., Kolosnichenko, M. V. (2021) Bus stop as a visual dynamic system: ways of the visual dynamic creation. *Art and design*. 1(13). 120–132.