

СУПЕРГРАФИКА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ И ТРАНСФОРМАЦИИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Я. В. Новикова

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Россия
yana.novikova@novsu.ru

Современные тенденции в развитии городского пространства актуализируют вопросы трансформации, формирования и преобразования среды для комфортного существования в ней человека. Автор показывает, что суперграфика во всех её проявлениях обладает большим потенциалом: она способна насытить новыми смыслами, образами, цветовыми акцентами и полностью изменить морально устаревшую городскую среду, научить людей иному эстетическому восприятию объектов. Кроме того, в условиях современной массовой застройки суперграфика позволяет формировать принципиально новую, комфортную среду обитания, соответствующую мировым стандартам. В статье рассмотрен и обобщён круг доступных на сегодняшний день теоретических работ, освещающих различные аспекты восприятия и применения суперграфики в городской среде. Это позволило выявить исторически сложившиеся и современные трактовки её понимания, подтверждающие многоаспектность данного явления. Определены основные функции суперграфики как универсального инструмента визуальной организации и преобразования архитектурных объектов и прилегающих к ним территорий. Проанализированы взгляды, позволяющие рассматривать суперграфику как комплексный метод формирования современного городского пространства – как крупных городов, так и провинциальных. Интерес к суперграфике в архитектурно-пространственной среде подтверждается, прежде всего, практическим мировым и отечественным опытом, который раскрыт в статье через различные примеры, характеризующие множество способов и приёмов её использования в реальном городском пространстве. Автор делает акцент на исследовании современного опыта практического применения суперграфики как фактора формирования и трансформации города, что раскрывает широкий спектр её возможностей в проектировании и создании современной и комфортной городской среды.

Ключевые слова: суперграфика, функции суперграфики, трансформация городской среды, комфортная городская среда, дизайн города.

SUPERGRAPHICS AS A FACTOR OF FORMATION AND TRANSFORMATION OF THE URBAN ENVIRONMENT

Yana Novikova

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Russia
yana.novikova@novsu.ru

Modern trends in the development of urban space update the issues of formation and transformation of the environment for the comfortable existence of man. The author shows that supergraphics in all its manifestations has a great potentiality able to completely change the outdated urban environment, saturating it with new meanings, images, color accents, new aesthetic perception of objects. In the conditions of mass urban construction supergraphics allows to form a fundamentally new, comfortable living environment that meets modern international standards. The article considers and summarizes the range of currently available theoretical works, covering various aspects of the perception and use of a supergraphics in the urban environment. This made it possible to reveal historical and modern interpretations of the term 'supergraphics', confirming the multi-aspect of this phenomenon. The main functions of supergraphics are defined as a universal tool of visual organization and transformation of architectural objects and adjacent territories. The author analyzes the views that allow us to consider supergraphics as an integrated method of forming a modern urban space of large and provincial cities. The interest in supergraphics in the architectural environment is confirmed by the practical international and domestic experience, which is revealed in the article through various examples characterizing the ways and techniques of its usage in real urban space. The author concludes that supergraphics is a successful method in designing and creating a comfortable urban environment.

Keywords: supergraphics, functions of supergraphics, urban environment transformation, comfortable urban environment, city design.

В эпоху массового строительства суперграфика становится востребованным, распространённым и неотъемлемым фактором формирования, трансформации и комфортного восприятия городской среды, что способствует повышению эстетической привлекательности территории. Примеры практического применения суперграфики можно наблюдать по всему миру, однако научные теоретические труды, в которых её исследуют, нередко освещают лишь какой-либо частный аспект этой темы. Кроме того, такие труды весьма разрозненны, не систематизированы, а порой и вовсе не доступны российскому читателю в силу ряда причин. В статье мы попытаемся обобщить теоретический и практический опыт, раскрывающий суть явления «суперграфика», а также охарактеризовать его влияние на формирование комфортной городской среды.

Термин «суперграфика» в различные периоды развития этого явления понимали по-разному. В трудах можно встретить следующие трактовки: разновидность прикладной графики в урбанистической архитектуре (в том

числе стрит-арт, граффити, муралы); декорировка поверхности; приём декорирования наружных стен зданий; способ настенной росписи; активное средство визуального обогащения глухих фасадов, а также промышленных и жилых интерьеров; часть графического дизайна (брендмауэры, вывески, световые панели) и т. д. За рубежом активные исследования суперграфики и её применение в среде мегаполиса начались ещё в XX веке в период становления в архитектуре стилей постмодернизм и оп-арт. Тогда же в лексикон архитекторов вошло и само понятие, введённое американским архитектором Чарльзом Муром, который считал, что «основной признак суперграфики – активность взаимодействия с формой, обусловленная самостоятельностью цветографики относительно объёмно-пространственной формы» [Ефимов 2006, 289].

Зарубежные течения в градостроительстве оказали влияние и на сферу отечественной архитектуры. Так, в трудах ведущих специалистов приводится наиболее полная формулировка термина «суперграфика», под которой понимается «изобразительное решение, “наложенное” на самостоятельно существующий объёмно-пространственный объект (сооружение, изделие, поверхность), основанное на контрастном или согласованном взаимодействии структурно-морфологической базы изображения, вызывающим визуальное ощущение принципиально новой формы или пространства» [Минервин и др. 2004, 138]. Суперграфика, как отмечает С. М. Михайлов, визуально трансформирует объёмную композицию архитектурной или предметной формы, подчиняясь «общей композиционной и сюжетной линии градостроительного ансамбля, становясь в его структуре пространственной и смысловой доминантой (акцентом)» [Михайлов 2009, 27].

Исходя из определений суперграфики, можно выделить её основные функциональные возможности, к которым относят:

- обновление поверхностей и пространств;
- исправление композиционной незавершённости, устранение пустых поверхностей;
- выявление композиционных особенностей формы и пространства;
- формирование уникальности, оригинальности либо идентичности и архитектурно-композиционной мимикрии формы в существующем пространстве;
- улучшение визуальных качеств среды, гармонично влияющей на эмоциональное состояние людей;
- улучшение визуальной навигации в среде.

За последние двадцать лет определение термина «суперграфика» претерпело изменения. В современном понимании оно синтетично по своей структуре и функциям, поскольку находится на стыке таких наук, как архитектура, дизайн архитектурной среды, урбанистика, строительство, монументально-декоративное искусство, видеоэкология. Сегодня суперграфика включает в себя и различные путевые указатели в городской среде, и рекламные вывески, позволяющие идентифицировать территорию, и элементы брендинга, авторские фрески, иллюстрации и многое другое. Бесспорно, что в век цифровых технологий и новых требований, предъявляемых к комфорту городской среды, функции суперграфики, а также круг её

носителей намного шире, нежели были ранее. Суперграфика современного мегаполиса не ограничивается только вертикальными плоскостями глухих фасадов зданий, а заполняет целые пространства, перемещаясь в плоскость пешеходных зон, тротуаров, городского оборудования, скульптуры и художественных инсталляций в парковых зонах, трансформируя среду вокруг этих объектов, расставляя цветовые и композиционные акценты. Переместившись на городской транспорт, суперграфика перестаёт быть статичным объектом, а в совокупности с современными инженерными и техническими средствами становится мощным инструментом в формировании среды. Так, прогрессивные технологии позволяют «<...> создавать суперграфические изображения любой формы и конфигурации, условно зависящие от архитектурной и предметной формы или полностью автономные. Кроме того, эти изображения могут быть динамическими, т. е. видоизменяться в пространстве и времени, подчиняясь своему сюжету, порой совершенно независимому от архитектурного контекста» [Хафизов 2016, 320].

Анализ зарубежных и российских научных публикаций и исследований, посвящённых разным аспектам трансформации и формирования комфортной городской среды, показал, что на данный момент явление «суперграфика» рассматривается с нескольких позиций:

- как метод работы с формой, её трансформации в городской среде (С. О. Хан-Магомедов, А. Е. Ефимов, С. М. Михайлов, Р. Р. Хафизов, А. Е. Грищенко, Е. Б. Коробий, Чарльз Мур, Шон Адамс, Эдвард Бут-Клибборн, Джоди Хадсон-Пауэлл, Люк Пауэлл и др.);

- как часть фирменного стиля в дизайне города (С. М. Михайлов, М. А. Кургузова, Р. Р. Хафизов, Д. С. Макеренко, С. А. Оксинь, Шон Адамс и др.);

- как средство художественной выразительности, формирующее среду (Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов, Ю. С. Воронцова, Н. В. Худякова, Е. Д. Тюменцева, А. Н. Гуменюк, Эдвард Бут-Клибборн, Джоди Хадсон-Пауэлл, Люк Пауэлл и др.);

- как продукт художественной деятельности, направленный на улучшение эстетических и визуальных качеств городской среды (Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов, Н. В. Худякова, Чарльз Мур, Эдвард Бут-Клибборн, Джоди Хадсон-Пауэлл, Люк Пауэлл и др.);

- как объект визуальной коммуникации и информации городского дизайна, влияющий на качество восприятия городской среды (С. О. Хан-Магомедов, Ю. В. Назаров, С. М. Михайлов, А. А. Корнилова, Н. В. Худякова, С. М. Тюрин, И. А. Добрицина, Е. А. Позднякова, М. А. Кургузова, Шон Адамс, Альваро Виегас и др.).

Рассмотрим выявленные нами позиции подробнее.

Спектр возможностей суперграфика как метода конструирования визуального пространства города активно начали использовать ещё с 1970-х годов, когда классические формы зданий были переосмыслены и обновлялись за счёт использования цвета, нетрадиционных материалов и конструкций. Преобразованиям подвергалась и городская среда, где появлялись новые архитектурные объекты. Она насыщалась источниками света, малыми архитектурными формами, водными объектами, которые располагались в соответствии с концепцией территории и помогали восприятию

объекта в разное время суток. При таком комплексном решении «суперграфика как метод к проектированию архитектуры города нацелена на активное <...> светографическое и цветовое преобразование, формирующее архитектурные объёмы и предметную среду города на визуальном уровне» [Михайлов, Хафизов 2015, 24]. Проявляется такой метод трансформации и формирования городской среды через использование концептуальных колористических решений, светового оформления, различных художественных и графических приёмов создания иллюзии и 3D-эффектов не только к отдельно взятому участку, но и к городскому пространству в целом.

Одним из наиболее известных примеров использования суперграфики как метода работы с формой можно назвать среду района Ла-Дефанс в Париже (Франция). Здесь суперграфике отводится главенствующая роль в формировании и трансформации городского пространства за счёт грамотного и концептуально выверенного использования цвета, световых инсталляций и организации общественных территорий, к которым также относятся рисунки мощения пешеходных зон, дорожного покрытия, цветографическое решение объёмных форм и т. п. При архитектурно-дизайнерском решении района использован весь функционал суперграфики и всё обилие её носителей, в том числе и с применением передовых технологий. Современный район с множеством небоскрёбов из стекла, бетона, металла насыщен различными визуальными эффектами и иллюзиями, которые трансформируют плоскости, преломляя их зрительно. Это пространство наполнено яркими цветовыми акцентами, располагающимися как на вертикальных поверхностях фасадов зданий, так и на горизонтальных плоскостях пешеходных улиц или чаш фонтанов. Цвет, свет и разнофактурные материалы гармонично сосуществуют и на поверхностях уличного оборудования, и на современных скульптурах, и на архитектурных формах, создавая при этом комфортную городскую среду.

К отечественному опыту применения суперграфики как метода, по нашему мнению, можно отнести недавно введённый в эксплуатацию жилой комплекс «Вена» в д. Кудрово (Ленинградская обл., Россия), который является частью масштабного строительного проекта «Семь столиц». Концептуально квартал задумывался как прообраз Вены. Линии застройки квартала, его планировка и расположение корпусов геометрически повторяют расположение домов в столице Австрии. Колористика зданий, как и орнаментальное решение фасадов в виде строгих геометрических и плавных растительных форм в стиле модерн, напоминает дома настоящей Вены. Основная концепция квартала определила использование на глухих фасадах зданий репродукций картин известного австрийского художника Гюстава Климта «Портрет Адели Блох-Бауэр I» и «Поцелуй». Картины гармонируют с композиционным и колористическим решением построек и вместе с тем являются ярким акцентом, контрапунктом квартала. Ещё одним отечественным примером может служить жилой комплекс «Граффити» (Санкт-Петербург), где, по словам застройщика, были применены инновационные идеи, используемые в области жилищного строительства во многих странах мира. В процессе создания концепции нового жилого комплекса её авторы исходили из идеи того, что граффити,

воспринимающиеся как синоним нарушения поведения, могут и должны быть переведены в разряд художественных объектов, украшающих городскую среду. Планировка квартала, продуманная роспись глухих фасадов и колористика зданий в целом, цветовое, световое и фактурное решение малых форм во дворах призваны создать атмосферу галереи под открытым небом, добавить среде красочности и индивидуальности. При этом колористические решения жилого квартала не ограничиваются только фасадами зданий, а органично переходят в интерьеры с цветными витражными системами панорамного остекления, которые помогают сформировать гармоничный облик всего жилого комплекса. Многие детские площадки квартала спланированы в рамках концепции «Двор-игра», согласно которой всё пространство внутри квартала превратится в игровое поле. Данные примеры наглядно демонстрируют грамотное применение суперграфики как метода, способного обогатить и визуально насытить привычные объёмные формы жилых зданий, а вместе с тем сформировать городскую среду и сделать её более комфортной для проживания. Таким образом, соглашаясь с мнением А. В. Ефимова, А. П. Ермолаева, В. Т. Шимко и других авторов, мы утверждаем, что «в эпоху массового индустриального строительства суперграфика способна решать задачи создания целостной цветовой среды новых районов за счёт их цветовой интеграции в смысловую, эстетическую и пространственную целостность» [Ефимов 2006, 289].

Мультифункциональность суперграфики и широкий спектр её применения в современном мегаполисе позволяют говорить о ней как о действенном инструменте фирменного стиля, поскольку крупные корпорации не ограничиваются локальным применением бренда, а выводят его на широкое обозрение. Так, фирменный стиль может охватывать оформление транспортных средств, художественно-стилистическое решение интерьеров или архитектурных объектов фирмы. В этом случае носители фирменного стиля становятся частью городской среды. Нацеленные, прежде всего, на формирование положительного имиджа компании и её идентификации, такие носители становятся акцентными доминантами окружающей среды, визуальными ориентирами, информативными пунктами городских маршрутов, помогая человеку в пространственной навигации. Кроме того, многие крупные фирмы и корпорации предпочитают сегодня использовать пространственную суперграфику не только в качестве идентификатора своего бренда, но и в качестве интерактивного инструмента, позволяющего включаться во взаимодействие с объектом не только взрослым, но и детям. В качестве примера такой пространственной суперграфики можно привести обучающую рекламу для детей и взрослых, размещённую в нескольких городах США. Основная задача данной рекламы заключалась в напоминании «родителям о том, какое положительное влияние на успехи ребенка в школе имеют совместные занятия дома» [Макаренко, Оксинь 2014, 400]. Таким образом, суперграфика как часть фирменного стиля в дизайне города выступает не только идентификатором, но и важнейшим средообразующим компонентом, который позволяет решать проблемы ориентирования в городском пространстве, а также тесно связан с образом современных архитектурных объектов и обликом города в целом.

Суперграфика как средство художественной выразительности формы в архитектурно-дизайнерской среде несёт идейную направленность, являясь пространственной и смысловой доминантой, и исполняет при этом функцию цветового и информационного акцента в городе. В таком случае суперграфика оперирует стандартными для творчества инструментами и приёмами. Её отличает подчеркнутая декоративность, лаконичность, броскость, контрасты цветовых или графических пятен и линий, а в некоторых случаях отсутствие сложных цветовых переходов. Цитируя архитектора Чарльза Мура, многие специалисты в сфере архитектуры и городского дизайна отмечают, что «суперграфика как художественное средство утверждается не зрительным разрушением реальной геометрии форм, а созданием на её основе новой композиционной целостности. Поэтому суперграфика может вступить в конфликт с отдельными элементами целого: визуальное разрушение отдельного объекта оправдано зрительным преобразованием объекта, не только более крупного, но и гораздо более ёмкого по художественному содержанию — архитектурно-дизайнерского комплекса» [Ефимов 2006, 289].

Суперграфика как продукт художественной деятельности – собственно изображение или визуальный образ, не существующий отдельно от объёмно-пространственного объекта, на который он «наложен», – вызывает визуальное ощущение принципиально новой формы или пространства. Изображения могут нести определённую смысловую нагрузку или не иметь её в зависимости от сюжета изображаемого или от концептуального решения и, как правило, условно подразделяются на две группы: абстрактные и сюжетные. В подобных визуальных образах могут быть использованы оптические иллюзии, фрагменты художественного текста, шрифтовые композиции и т. п. Сами изображения могут наноситься на поверхность различными способами: начиная от использования традиционных красок и заканчивая брандмауэрами, световыми инсталляциями и видеомэппингом. Основное назначение таких изображений – обновление глухих фасадов зданий, декорирование и визуальное обогащение стен, формирование эстетической привлекательности района, устранение гомогенных зон, то есть собственно создание комфортной городской среды. За рубежом применение суперграфических изображений в городской среде с целью её трансформации, а вместе с тем и для улучшения её эстетических качеств – явление давно распространённое. Наиболее запоминающимися, на наш взгляд, можно назвать работы французского мастера Патрика Коммеси и его команды, итальянца Мануэля де Рита, голландцев Девида Луфа и Роналда Ван Дер Воита и др. Основное назначение этих работ – визуальное изменение объекта за счёт прорисовки на его поверхности перспективы или иллюзорного пространства. Такие работы избавляют город от неприглядных глухих фасадов, делая его более комфортным и привлекательным не только для горожан, но и для туристов.

Наряду с авторскими работами, трансформирующими городское пространство за счёт визуальных иллюзий, наибольшей популярностью, как в России, так и за рубежом, пользуются изображения на фасадах зданий различных репродукций картин известных художников. Так, архитекторы-дизайнеры не обошли вниманием участников группы «Де Стил» К. Малевича, П. Мондриана, В. Кандинского и др., благодаря искусству

которых в XX веке произошло становление суперграфики и её утверждение в сфере дизайна и архитектуры. Например, фасад мэрии в Гааге раскрасили в духе картин нидерландского художника Пита Мондриана – одного из основоположников абстрактной живописи и основателей группы «Де Стил», в честь 100-летия которой и был реализован проект. Здания, фасады которых выкрашены в духе работ Пита Мондриана, также можно встретить в Санкт-Петербурге (Россия) и в Стамбуле (Турция). Реплики работ Кандинского и Малевича украшают здания жилых новостроек на бульваре Художников в Бабяково Воронежской области (Россия), здание Архангельского Музея изобразительных искусств на площади В. И. Ленина (Россия), здания Томского студгородка на улице Южной (Россия), на улице Марка Шагала в Витебске (Беларусь) и т. д. Среди копируемых мастеров мировой живописи можно встретить Леонардо Да Винчи, Боттичелли, Я. Вермеера, В. Бугро, В. Ван Гога, А. Муха, Э. Уорхола, Г. Климта, М. А. Врубеля, В. Д. Поленова, П. Пикассо. Реплики работ этих именитых мастеров украшают фасады зданий по всему миру.

Суперграфика как продукт художественной деятельности, получившая своё распространение за рубежом, сегодня очень востребована и в России. Подтверждение тому – возрастающее число различных конкурсов, фестивалей и социальных проектов, таких как «Культурный код» и «Морфогенезис» (Москва), «Цветной город» (Тольятти), «Место» (Нижний Новгород), Международный фестиваль уличного искусства (Сатка), Проекты «Целый мир помнит их в лицо» (Калининград), «Город» (Ростов-на-Дону), «Outingsprojectspb» (Санкт-Петербург) и многие другие. Одна из основных функций таких мероприятий – обеспечить городскую среду необходимым светоцветовым комфортом и эмоциональным настроением. Как правило, местом проведения такого рода фестивалей и проектов становятся районы со старой советской застройкой. Здесь суперграфика способствует обновлению обыденных форм и небогатой колористической палитры, помогает сформировать уникальные общественные пространства, которые в последнее время всё чаще используются как площадки для проведения различных форумов, ярмарок, акций, городских праздников и иных мероприятий.

Современный город – сложная система, для ориентации в которой практически постоянно требуется информационный посредник. Таким посредником может являться и суперграфика. Рассматриваемая как объект визуальной коммуникации, она способна не только сформировать или трансформировать городское пространство, но и насытить его качественной визуальной информацией различного назначения, придавая объекту-носителю или даже целой территории функцию навигационного маяка или своеобразного справочного бюро. В качестве носителей такого рода информации могут быть не только вертикальные плоскости фасадов зданий, но и различные скульптурные объекты, инсталляции, кинетические формы, шрифтовые композиции на фасадах, уличное оборудование, горизонтальные поверхности пешеходных зон. Различным может быть и способ предоставления информации, и содержание самого сообщения, качествам которых отводится не последняя роль. В качестве примера суперграфики как

объекта визуальной коммуникации можно привести организацию территории на набережной в Лиссабоне, выполненную дизайнерской студией P-06 Atelier. На поверхностях вело- и пешеходных дорожек белой краской при помощи авторских трафаретов нанесены простые и понятные пиктограммы, обозначающие направление движения, границы самих дорожек, скоростной режим, а также шрифтовые композиции, полностью или частично закрывающие асфальт. Кроме того, пиктограммы, шрифтовые композиции и даже целые фразы органично существуют и на вертикальных поверхностях построек. Такой комплексный проект благоустройства территории при помощи суперграфики позволил решить задачу обеспечения ориентации, утоления информационного голода и регулирования поведения человека в конкретных предметно-пространственных ситуациях. Таким образом, заброшенная когда-то территория набережной была трансформирована в комфортное, эстетически привлекательное, насыщенное доступной информацией пространство и получила большую популярность не только у местных жителей, но и у гостей города.

Возможности суперграфики как объекта визуальной коммуникации могут использоваться в городской среде и более локально, на отдельных взятых территориях музеев, торгово-развлекательных центров, жилых кварталов и кластеров. Так, в качестве примера рассмотрим территории торгово-развлекательного комплекса «Мануфактура» в городе Лодзь (Польша) и творческого индустриального кластера «Октава» в городе Тула (Россия). Данные территории объединяет дух места – это заводские пространства и постройки, бывшие в случае «Мануфактуры» и действующие в случае «Октава», призванные увлечь посетителя и передать ему знания о промышленном наследии городов, в которых они расположены. Часть территории обоих комплексов отведена под музеи, выставочные павильоны, учебные и коммерческие помещения. Проектировщики сохранили и проявили в эксприерах и интерьерах зданий существующие конструктивные элементы, а многие их решения, такие как использование стеклблоков и витражных окон, отсылают к первоначальному образу здания и архитектуре времени начала XX века. Основные элементы суперграфики, несущие функцию навигатора в просторных когда-то промышленных интерьерах, переходят на внешнюю среду комплексов. Это и яркие колористические акценты отдельных конструктивных и декоративных элементов здания, внушительные шрифтовые и цифровые надписи на кирпичных кладках корпусов, малые архитектурные формы и элементы уличной мебели, мощение пешеходных зон и световое оформление.

Таким образом, мы попытались раскрыть современные подходы и воззрения на феномен суперграфики, которая сегодня представляется как синтез широкого спектра наук, искусства, современных цифровых технологий и подходов к формированию предметно-архитектурной среды не только крупных мегаполисов, но и многих провинциальных городов. Суперграфика перестала восприниматься проектировщиками и архитекторами лишь как инструмент для обновления старой городской архитектуры с целью повышения её эстетических качеств, и подтверждением тому служат многочисленные проекты жилых кварталов и общественных тер-

риторий, где суперграфика используется в качестве комплексного метода проектирования комфортной городской среды, отвечающей новейшим требованиям.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Ефимов и др. 2006 – Ефимов А. В., Минервин Г. Б., Ермолаев А. П., Шимко В. Т., Щепетков Н. И., Гаврилина А. А., Кудряшев Н. К. Дизайн архитектурной среды. Москва, 2006.
- Макаренко, Оксинь 2014 – Макаренко Д. С., Оксинь С. А. Современные тенденции в коммуникативной суперграфике для детей // Материалы докладов 47 Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. Витебск, 2014. С. 400–402.
- Минервин и др. 2004 – Минервин Г. Б., Шимко В. Т., Ефимов А. В. и др. Дизайн: иллюстрированный словарь-справочник / Под общ. ред. Г. Б. Минервина и В. Т. Шимко. Москва, 2004.
- Михайлов 2009 – Михайлов С. М. Дизайн городской среды как вид синтетической деятельности. Исторический аспект // Дизайн-ревью. 2009. № 1–4. С. 10–28.
- Михайлов, Хафизов 2015 – Михайлов С. М., Хафизов Р. Р. Суперграфический подход в дизайне города. Основные этапы становления и развития // Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета. 2015. № 3 (33). С. 24–31.
- Хафизов 2016 – Хафизов Р. Р. Динамические цвето- и свето-графические композиции в дизайне современного города // Исследования в строительстве, теплогазоснабжении и энергообеспечении: материалы международной научно-практической конференции / Под ред. Ф. К. Абдразакова. Саратов, 2016. С 320–324.

REFERENCES

- Efimov et al. 2006 – Efimov A. V., Minervin G. B., Ermolaev A. P., Shimko V. T., Shepetkov N. I., Gavrilin A. A., Kudryashov N. K. Architectural Environment Design. Moscow, 2006. In Russian.
- Khafizov 2016 – Khafizov R. R. Dynamic Color and Light Graphic Compositions in the Design of a Modern City. *Research in Construction, Heat and Gas Supply and Energy Supply. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*. Ed. by F. K. Abdrazakova. Saratov, 2016. P. 320–324. In Russian.
- Makarenko, Oxin 2014 – Makarenko D. S., Oxin S. A. Modern Trends in Communicative Super Graphics for Children. *Proceedings of the 47th International Scientific and Technical Conference of Teachers and Students*. Vitebsk, 2014. P. 400–402. In Russian.
- Mikhailov 2009 – Mikhailov S. M. Urban Environment Design as a Kind of Synthetic Activity. Historical Aspect. *Design Review*. 2009, 1–4. P. 10–28. In Russian.
- Mikhailov, Khafizov 2015 – Mikhailov S. M., Khafizov R. R. Given the Notion of “Supergraphics Approach” in Architecture and Design of the City. *News of the Kazan State University of Architecture and Engineering*. 2015, 3 (33). P. 24–31. In Russian.
- Minervin et al. 2004 – Minervin G. B., Shimko V. T., Efimov A. V. Design: Illustrated Dictionary. Moscow, 2004. In Russian.

Яна Владимировна Новикова

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого,
Великий Новгород, Россия.

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры дизайна.

E-mail: yana.novikova@novsu.ru

Yana V. Novikova

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia.

PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor of Design Department.

E-mail: yana.novikova@novsu.ru