

Ю.С. ВОРОНЦОВА**СЕМИОТИКА ОПТИЧЕСКИХ ИЛЛЮЗИЙ В КОММУНИКАЦИОННО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВАХ**

SEMiotics OF OPTICAL ILLUSIONS IN COMMUNICATION AND RECREATION PUBLIC SPACES

Целью данной статьи является рассмотрение оптических иллюзий как визуальной метафоры в архитектуре и дизайне общественных пространств. Метафора, в данном случае, определяется как ключевое звено в смыслообразовании и трактовке визуальных образов. Автор рассматривает семиотическое значение оптических иллюзий в контексте современного архитектурно-дизайнерского проектирования и выявляет взаимосвязь классификации оптических иллюзий по источнику происхождения и интерпретации знаково-символического восприятия оптических эффектов. В статье приводятся примеры применения оптических иллюзий в коммуникативном поле общественных пространств, демонстрирующих актуальность рассмотрения вопроса семиотического значения оптических эффектов в современном проектировании.

Ключевые слова: оптические иллюзии, визуальная метафора, семиотика, общественные пространства, визуальное искажение, дизайн интерьеров, типология применения оптических иллюзий, фантастические пространства.

При проектировании архитекторы и дизайнеры широко используют визуальную метафору (знаки и символы) [1-10], которые являются эффективным средством коммуникации и передачи информации. В наибольшей степени это выражено в проектировании общественных коммуникационно-рекреационных пространств [11]. Изучением особенностей знаков и символов занимается семиотика, распространившая свои идеи и методы из сферы лингвистики в сферу визуальных искусств и проектирования.

Первым исследователем, который связал науку о знаках и символах с архитектурно-дизайнерским проектированием, стал итальянский лингвист Умберто Эко [12]. В 70–80-х гг. XX в. среди научных исследователей шла чрезвычайно оживленная дискуссия о роли семиотики в визуальных коммуникациях. К началу 70-х гг. широкое распространение получи-

The purpose of this article is to examine the optical illusions as visual metaphors in architecture and design of public spaces. Metaphor, in this case, is defined as a key element in the interpretation of meaning and visual images. In the article the semiotic significance of optical illusions in the context of contemporary architecture and design is examined and the correlation between the optical illusions classification by resources and the interpretation of signs and symbols of perception optical effects is revealed. The article gives examples of use of optical illusions in communicative field of public spaces demonstrating the importance of semiotic meaning of optical effects in modern design.

Keywords: optical illusions, visual metaphor, semiotics, public spaces, visual distortion, interior design, types of optical illusions application, fantastic spaces.

ла точка зрения, где эстетика модернизма, основанная на геометрии форм, являлась невостребованной из-за отсутствия в ней орнамента, т. е. знаков и символов, что отвергало основное средство культурной коммуникации. К концу XX в. постмодернисты выступали за возвращение к символизму в архитектуре и дизайне и семиотика обрела своё место в движении постмодернизма [13].

Многие инноваторы в сфере архитектуры и дизайна рассматривают визуальное общение в качестве важнейшего аспекта своей деятельности и стремятся придать проектам смысл или оригинальность посредством использования теории семиотики [14]. Выходя за рамки чистого дизайна, можно утверждать, что визуальные метафоры и визуальные образы – важнейшая часть интуиции исследователя и проектировщика, благодаря которой появляются новые теории и проекты.

Одним из актуальных в настоящее время видов визуальных метафор в архитектурно-дизайнерском проектировании являются оптические иллюзии. Применение оптических иллюзий в дизайне общественного интерьера расценивается как нечто необычное, что позволяет создать притяжение населения в ТЦ и моллы, что увеличивает посещаемость и товарооборот. Сейчас посетителей торговых и развлекательных центров и моллов не просто удивить и привлечь при помощи оформления интерьера общественного пространства, так как потребитель пресыщен многообразием окружающих нас стилей, рекламных плакатов и т.п. Согласно исследованиям специалистов, люди нуждаются в получении новых эмоций и впечатлений, которые, в свою очередь, являются специфическим психо-эмоциональным «обновителем» человеческого сознания [15]. Применение оптических иллюзий в интерьерах общественных пространств служит эффективным инструментом психо-эмоционального обновления, что позволит человеку, оказавшемуся в таком пространстве, обрести новое ощущение и восприятие окружающего мира. Следовательно, нужно рассмотреть семиотическое значение применения оптических иллюзий в архитектуре и дизайне [16].

Если рассматривать использование принципов семиотики и визуальных метафор на примере дизайна коммуникационно-рекреационных общественных пространств, которые несут не только функционально-эстетическую, но и существенную информативно-смысловую нагрузку, то оптические иллюзии являются всесторонне подходящим инструментом для

проектирования. Это связано с тем, что большая часть оптических иллюзий состоит из геометрических объектов [17]. На стадии разработки концептуальной идеи любого проекта необходимо располагать графической интерпретацией эмоциональных качеств линий и простейших геометрических форм. Вариантов такой интерпретации может быть множество в зависимости от общекультурных традиций, этнических особенностей, стилевых предпочтений проектировщика и поставленных им целей.

Оптические иллюзии в пространстве современного мира – своеобразный символ всего, что нас окружает. Для глаза нынешнего обывателя приятны визуальная игра оптических эффектов, искажений и преобразований. Они повсюду – в кинематографе, рекламе, архитектуре и искусстве, на выставках, в музеях и т.д. Визуальная метафора, как ключевое звено в смыслообразовании понятий, продолжает работать только до той поры, пока продолжает удерживать различие между ними. Теоретики визуальных исследований поставили перед собой задачу, которая нацелена на восстановление семантического напряжения вокруг этих понятий [18]. Анализ визуальной метафоры позволяет исследовать процессы смыслообразования в вербальных типах дискурса, где метафоричность скрыта и способствует пониманию типа мышления, основанного на визуальных образах. Рассмотрим несколько примеров.

Одним из ярких примеров метафорической трактовки применения оптических иллюзий является необычное здание в Мехико (Мексика), появившееся в 2012 г., автор которого – мексиканская



Рис. 2. Здание «Кирал» (Мехико, Мексика, 2012 г.)



Рис. 2. Проект оформления коммуникационно-рекреационного пространства молла «Парк Хаус», Самара, 2013 г.

архитектурная студия «Агентство Архитектура» вдохновилась кинетическим искусством и оптическим искусством (рис. 3).

Фасад небольшого здания под названием «Кирал» состоит из вертикальных и горизонтальных линий, формирующих волны, которые нарушают привычный ход восприятия вертикальной плоскости. Используя систему искусственной подсветки, здание особенно эффектно выглядит с наступлением сумерек [19]. Благодаря изобретательности архитекторов, оптические иллюзии довольно простого в изготовлении и материалах отделки экстерьера создают ощущение непрерывного движения как метафоры городской жизни.

Еще одним примером метафорического значения оптических иллюзий в общественном простран-

стве является концептуальный проект оформления коммуникационно-рекреационного пространства молла «Парк Хаус» в Самаре. Внутреннее и внешнее пространство торговой секции оснащено сенсорными экранами, на которое проецируется изображение рельефной, визуально «плавающей», колеблющейся текстуры. Выбор данной текстуры определен попыткой визуально отобразить метафору зыбкости и изменчивости окружающей нас реальности.

Вывод. Исследование визуальных метафор на основе принципов и методов семиотики позволяет на более глубоком смысловом уровне рассмотреть процесс архитектурно-дизайнерского проектирования, в частности в отношении оптических иллюзий в коммуникационно-рекреационных общественных пространствах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Каракова Т.В.* Формообразование в дизайн-композиции // Известия Самарского научного центра Российской Академии Наук (РАН). 2009. Т. 11, № 4. С. 17-22.
2. *Каракова Т.В.* Научные методы проектирования в средовом дизайне// Актуальные пробл. развития высшего и среднего обр. на современном этапе: материалы VI Самарской Всеросс. Научно- практической конференции ученых и педагогов-практиков. Самара: Изд. Самарского научного центра РАН, 2010. С. 418-420.
3. *Каракова Т.В.* Коммуникативная функция средового дизайна// Исследования и инновационные разработки РААСН/РААСН; Иван. гос. арх.-строит. ун-т. М.-Иваново, 2010. 316 с. Т.1.
4. *Смоленская Е.О.* Психологические аспекты формирования детского игрового пространства// Вестник СГАСУ. Вып. 4. Теория архитектуры и градостроительства. Методика преподавания специальных дисциплин. Самара, 2010. С. 154-160.
5. *Каракова Т.В., Сидорова Ю.О.* Перфорация в объектах средового дизайна // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура. 2011. Вып. № 4. С. 11-16.
6. *Барова К.Д., Каракова Т.В.* Графическая визуализация как инструмент проектного мышления и моделирования в архитектуре // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура. 2012. Вып. № 1. С. 92-96.
7. *Каракова Т.В.* Дизайн среды как ресурс развития социо-культурного пространства города// Приволжский научный журнал. Н.Новгород: ННГАСУ, 2012. №3(23). С. 111-115.
8. *Каракова Т.В.* Междисциплинарный подход в вопросах проектирования среды города// Актуальные проблемы развития высшего и среднего образования на современном этапе: материалы VIII Самарской Всероссийской научно-практической конференции ученых и педагогов-практиков. Самара: Изд-во Самарского научного центра РАН, 2013. С. 238-240.
9. *Каракова Т.В., Сидорова Ю.О.* Эволюция перфорированных поверхностей // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура. 2013. Вып. №2(10). С. 17-22.
10. *Колесников С.А., Козлова Е.Е.* Эволюция архитектурно-градостроительного объекта в контексте организации пространственной среды массовых зрелищ // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура. 2013. Вып. №2 (10). С. 21-23.
11. Архитектурно-композиционное формообразование: учебное пособие / Под ред. *В.И. Иовлева*. Екатеринбург: Архитектура, 2000.
12. *Бердичевский Е.Г.* Визуализация вербальной информации в рекламных технологиях // Информация и связь (ТРИС-2011). М.: ООО «МедиаПринтОфис», 2011. № 3. С. 45-48.
13. *Бердичевский Е.Г.* Визуальная метафора в прикладном дизайне / материалы II международной научно-практической конференции «Символическое и архетипическое в культуре и социальных отношениях». Пенза - Прага - Киев: Научно-издательский центр «Социосфера», 2012. 181 с.
14. *Каракова Т.В.* «Архитектурная психология» и среда города // Приволжский научный журнал. Н.Новгород: ННГАСУ, 2012. №3(23). С. 296.
15. *Воронцова Ю.С.* Оптические иллюзии в дизайне интерьера // Тез. докл. 32-й межвуз. науч.-техн. конф. «Исследования в области архитектуры, строительства и охраны окружающей среды», г. Самара, 10 марта 2013 г. Самара, 2013. С.141-142.
16. *Смоленская Е.О.* Семиотическая модель открытого архитектурного пространства в городской среде// Теория и практика средового дизайна: сборник статей. Пенза, 2011. С. 176.
17. *Тарасенко В.В.* Фрактальная семиотика. М.: Либроком, 2011. 228 с.
18. *Смоленская Е.О.* Особенности восприятия средового объекта // Материалы 66-й Всероссийской научно-технической конференции «Актуальные проблемы в строительстве и архитектуре. Образование. Наука. Практика». Ч. 1. Самара, 2009. С. 236.
19. *Каракова Т.В.* Перформанс перфорации в дизайне среды и в архитектуре // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура. Вып. № 1. 2011. С. 41-43.
20. *Каракова Т.В., Воронцова Ю.С.* Оптические иллюзии в дизайне интерьеров общественных пространств // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура. 2014. Вып. № 2 (15). С. 31-36.

© Воронцова Ю.С., 2015

Об авторе:

ВОРОНЦОВА Юлия Сергеевна

аспирант кафедры дизайна
Самарский государственный архитектурно-строительный университет
443001, Россия, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 194,
тел. (846) 339-14-67

VORONTSOVA Yulia

Post Graduate Student of the Design Chair
Samara State University of Architecture and Civil Engineering
443001, Russia, Samara, Molodogvardeyskaya str., 194,
tel. (846) 339-14-67

Для цитирования: *Воронцова Ю.С.* Семиотика оптических иллюзий в коммуникационно-рекреационных общественных пространствах // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура. 2015. Вып. №2 (19). С. 15-18. DOI: 10.17673/Vestnik.2015.02.2

For citation: *Vorontsova Yu.S.* Semiotics of Optical Illusions in Communication and Recreation Public Spaces // Vestnik SGASU. Gradostroitelstvo i arhitektura [Vestnik of SSUACE. Town Planning and Architecture]. 2015. №2 (19). Pp. 15-18. DOI: 10.17673/Vestnik.2015.02.2 (in Russian)