

Научная статья

УДК 7.05:766

EDN WRURVV

<https://doi.org/10.34216/2587-6147-2024-3-65-60-66>

**Варвара Евгеньевна Рябинина-Задерновская**

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия

имени А. Л. Штиглица, Санкт-Петербург, Россия

[zadernovskaya@gmail.com](mailto:zadernovskaya@gmail.com), <https://orcid.org/0009-0001-4808-6726>

## ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЭВОЛЮЦИИ ГОРОДСКОЙ ВИЗУАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ

***Аннотация.** В статье анализируется характер изменения городской визуальной информационной среды в контексте исторического развития европейской городской культуры с древних времен и до настоящего времени. Предлагается система периодизации ее эволюции на основе выявленной роли объектов наружной информации в системе городской визуальной коммуникации. Исследуется зависимость визуального облика городской среды от информационно-технических достижений. Актуализируется роль объектов визуальной информации как значимого градоформирующего фактора. Приводится типология объектов визуальной информации и рассматривается их роль в процессе изменения облика города на разных этапах его развития.*

***Ключевые слова:** городская среда, визуальная информация, визуальная коммуникация, наружная реклама, городской дизайн, визуальное восприятие, визуальная культура*

***Для цитирования:** Рябинина-Задерновская В. Е. Исторический аспект эволюции городской визуальной информационной среды // Технологии и качество. 2024. № 3(65). С. 60–66. <https://doi.org/10.34216/2587-6147-2024-3-65-60-66>.*

Original article

**Varvara E. Ryabinina-Zadernovskaya**

Stieglitz Saint Petersburg State Academy of Art and Design, Saint Petersburg, Russia

## HISTORICAL ASPECT OF THE EVOLUTION OF THE URBAN VISUAL INFORMATION ENVIRONMENT

***Abstract.** The article analyses the nature of changes in the urban visual information environment in the context of historical development of European urban culture from ancient times to the present. The system of periodisation of its evolution is proposed on the basis of the revealed role of outdoor information objects in the system of urban visual communication. The dependence of the visual appearance of the urban environment on information-technical achievements is investigated. The role of visual information objects as a significant city-forming factor is actualised. The typology of information objects is given and their role in the process of changing the image of the city at different stages of its development is considered.*

***Keywords:** urban environment, visual information, visual communication, outdoor advertising, urban design, visual perception, visual culture*

***For citation:** Ryabinina-Zadernovskaya V. E. Historical aspect of the evolution of the urban visual information environment. Technologies & Quality. 2024. No 3(65). P. 60–66. (In Russ.). <https://doi.org/10.34216/2587-6147-2024-3-65-60-66>.*

Информационная среда, наравне с природной, архитектурной и предметной, является неотъемлемой составляющей городского пространства. Ее плотность, которая является переменной характеристикой и зависит от количества информационных объектов в поле зрения че-

ловека, а также качество визуальной организации информации, обусловленное формальными эстетическими характеристиками, определяют уровень комфорта городской коммуникации. В то же время, наряду с обеспечением доступности информации, разнообразия и скорости ее восприятия, принципы интеграции объектов визуальной информации в уже сложившуюся

© Рябинина-Задерновская В. Е., 2024

городскую среду (подчинение, независимость, доминирование) определяют эстетический облик города, его образ и характер в глазах человека. Так, например, по словам Л. С. Ахмедовой, «количественное развитие элементов визуального поля определяет насыщенность городской ткани, а их качественное развитие обеспечивает появление новых свойств архитектурного объекта» [1, с. 21], что приводит к трансформации эстетических характеристик окружающего городского пространства в целом.

При этом на разных этапах развития городской культуры прослеживаются различные тенденции организации визуальной информационной среды, а роль ее объектов в формировании облика города изменяется в зависимости от уровня информационного развития общества, технологических достижений, культурных особенностей и пр. Кроме того, как отмечает В. Б. Устин, «визуальная информация отражает социальные требования, а следовательно, изменяет свои функции и формы в ходе изменения этих требований» [2, с. 8]. Таким образом, чтобы определить характер влияния объектов визуальной информации на изменение облика городской среды, а также выявить закономерности организации комфортного городского пространства средствами графического дизайна, необходимо проследить развитие визуальной информационной среды города в историческом аспекте.

Существующие источники (памятники археологии, объекты монументального искусства, живописные, графические и фотографические материалы, письменные свидетельства и отзывы современников) хотя и с разной степенью точности (в зависимости от рассматриваемого периода), но предоставляют возможность восстановить общую картину эволюции городской визуальной информационной среды с древних времен и до настоящего времени. Для дальнейшего анализа специфики развития форм городской визуальной коммуникации в разные эпохи предлагается за основу исторической периодизации взять следующие этапы развития европейской культуры: Античность, Средневековье и раннее Новое время, Новое время, Новейшее время.

#### ***Античность***

Городская визуальная информационная культура государств Древней Греции и Рима представлена, во-первых, сохранившимися памятниками монументального искусства классической и поздней Античности, демонстрирующими значимость информационного компонента в процессе организации городской коммуни-

кации. Так, например, памятники античной эпиграфики представляют собой большой объем текстов, различных по своему функциональному назначению (посвящения, хронологии, ритуальная информация и т. д.) и месту размещения (постаменты памятников, архитектурные фризы, отдельно стоящие объекты и т. д.). Во-вторых – объектами массовой визуальной информации и рекламы, имеющими сменный характер (вывески, политические призывы, анонсы мероприятий, новости и т. д.), а именно процарапанными (граффити) и написанными краской (дипинти) по выбеленным стенам (альбумы) надписями и рисунками, очевидно оказывавшими существенное влияние на формирование визуального облика городов периода поздней Античности [3, с. 119–120].

Археологические раскопки (Помпеи, Геркуланум, Стабии) показывают, что уровень экономического развития античных государств, грамотность городского населения, активная политическая деятельность и т. д. способствовали широкому распространению объектов массовой информации, а также становлению профессиональных приемов их визуальной организации (наличие цветовых акцентов, пластическое и композиционное решение надписей и рисунков, масштаб и выбор места их размещения в соответствии с максимальной эффективностью визуального восприятия аудиторией и т. д.) (рис. 1, а) [4].

С художественно-графической точки зрения объекты городской визуальной информации периода Античности отличает высокий уровень шрифтовой культуры, при этом единство и композиционная целостность шрифтовых решений объектов монументального искусства соседствует с пластической независимостью временной информации от архитектурного окружения.

#### ***Средневековье и раннее Новое время***

Смена эпох (от Античности к Средневековью), сопровождающаяся уменьшением численности городского населения и снижением уровня массовой грамотности, угасанием работы некоторых общественных институтов и переходом их в конфессиональное русло, а также другими особенностями, очевидно оказала влияние и на характер городской визуальной коммуникации. Однако отсутствие достоверных изобразительных свидетельств подлинного облика городской среды, равно как и дошедших до настоящего времени объектов визуальной информации в количестве, позволяющем сделать выводы об их роли в формировании облика города, существенно затрудняет анализ визуальной эволюции информационной среды эпохи Средневековья.

В то же время можно утверждать, что отмечаемая учеными стагнация коммуникативных практик способствовала повышению значимости демонстративного фактора воздействия визуальной информации, а следовательно, усилению образного компонента при создании информационных объектов [5, с. 63]. Таким образом, активное использование иконографии и эмблематического языка, доминирование знаковых форм передачи информации над шрифтовыми, давшее в первую очередь толчок развитию геральдики и городской вывесочной культуры, является характерной особенностью рассматриваемого периода (рис. 1, б) [6]. Так, по словам А. П. Черных, роль эмблематического пространства в визуальной культуре Средневековья и раннего Нового времени заключается «в том, что оно было логичным, эргономичным и экономичным ответом на необходимость визуальной коммуникации как социальной потребности в условиях городского социума» [7, с. 172].

В то время как исторические источники, позволяющие сделать некоторые выводы об об-

лике городской среды, вплоть до конца XV в. ограничены произведениями книжной миниатюры, в которых характер изображения города подчинен канонам средневекового искусства и сопровождается условностью выразительных средств, живописные и графические произведения, созданные художниками в XVI в., демонстрируют усиление светских жанров изобразительного искусства, в том числе городского пейзажа, что способствует более точному воспроизведению особенностей окружающего пространства. Так, например, на картинах П. Брейгеля Старшего («Битва Масленицы и Поста», 1559 г.; «Детские игры», 1560 г. и др.) обнаруживаются элементы городской массовой визуальной коммуникации (объявления, вывески, информационные листы, домовые знаки), что свидетельствует не только об их широком распространении, но и демонстрирует изменение художественно-графических особенностей организации городской визуальной информации, в частности, усилении роли шрифта по отношению к изобразительной части (рис. 1, в).

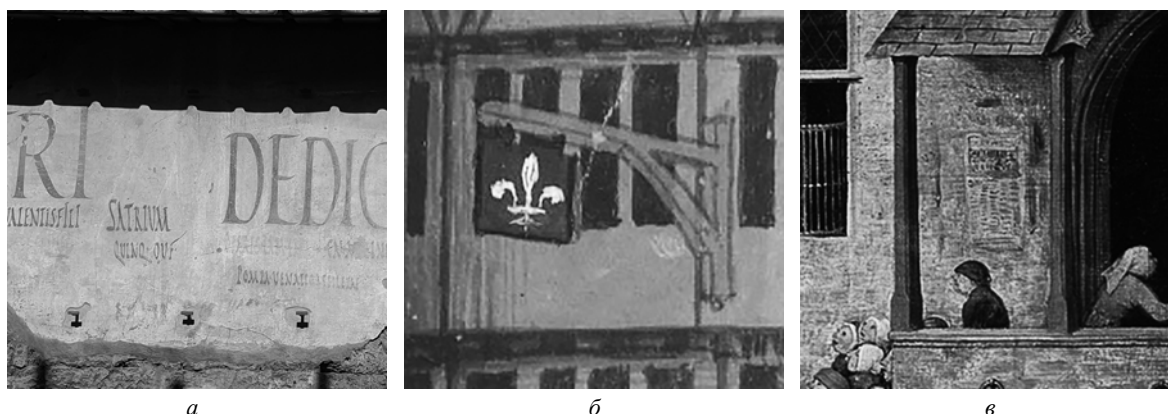


Рис. 1. Примеры объектов городской визуальной коммуникации эпохи Античности, Средневековья и раннего Нового времени:

*а* – настенное объявление. Археологическая зона, Помпеи, Италия, I в. н. э.;

*б* – вывеска. Фрагмент миниатюры из Книги сокровищ, 1450–1480 гг.;

*в* – информационный лист. Фрагмент картины П. Брейгеля Ст. «Детские игры», 1560 г. [8]

### Новое время

Интенсивное развитие информационной деятельности в эпоху Нового времени способствовало усложнению городской визуальной культуры и развитию коммуникативных практик, а следовательно, и повышению разнообразия визуальной информационной среды (увеличению числа объектов визуальной информации, их размера и степени визуального воздействия). При этом на этапе, предшествующем промышленной революции, увеличение количества объектов визуальной информации (афиши, объявления и т. д.) обусловлено в первую очередь совершенствованием печатных технологий и рас-

пространением наборных шрифтов, однако сопровождается трудностями, связанными с включением образного компонента и использованием разнообразных цветовых решений, что, впрочем, не мешает им играть важную роль в городской коммуникации, о чем свидетельствуют работы современников (рис. 2, а).

В то же время развитие предпринимательской деятельности способствует усилению рекламной функции объектов вывесочного искусства, а стремление к максимальной броскости, наглядности и привлечению внимания достигается за счет контраста по отношению к объектам окружающей городской среды. Так, живо-

писный характер, яркая образность и сюжетность в совокупности с увеличением масштаба конструкций и способа крепления (перпендикулярно фасаду здания) впервые в истории разви-

тия городской визуальной среды ставит вопрос доминирования объектов информации в городском пространстве над другими ее составляющими [9].

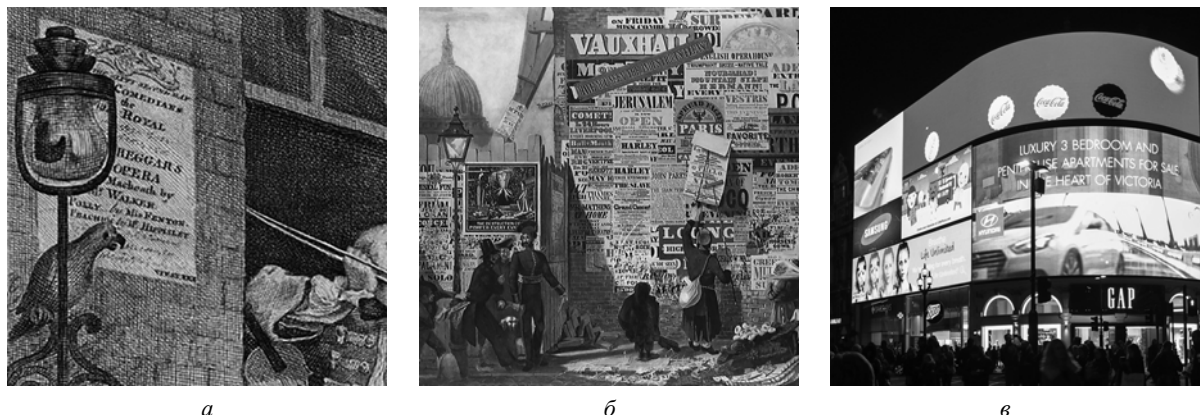


Рис. 2. Примеры объектов городской визуальной коммуникации эпохи Нового и Новейшего времени:  
 а – афиша. Фрагмент картины У. Хогарта «Взбешенный музыкант», 1741 г. [10];  
 б – настенная печатная реклама в городской среде. Фрагмент картины Д. О. Перри «Лондонская уличная сцена», 1835 г. [11];  
 в – мультимедийный экран. Лондон, 2016 г. [12]

Второй этап, связанный с наступлением эры промышленного переворота и сопровождающийся, с одной стороны, увеличением информационной плотности пространства, с другой – технологическими достижениями (в первую очередь использование фрезерного станка для изготовления деревянных литер для шрифтовых афиш и литографской печати для создания многоцветных плакатов), характеризуется экспоненциальным ростом количества объектов рекламы и информации в городской среде, высокой скоростью их ротации, существенным увеличением размера. В совокупности с эволюцией художественно-графических решений (увеличение числа акцидентных шрифтов, разнообразие типографических и иллюстративных приемов и т. д.) это окончательно утверждает их роль как значимого градоформирующего фактора, который определяет облик города наравне с архитектурой и элементами предметно-пространственного окружения. Именно на этом этапе развития городской культуры в полной мере проявляется потенциал объектов визуальной, а именно графической информации, как средства трансформации окружающего пространства, а отсутствие полноценного регулирования их размещения ставит вопрос о смещении баланса визуального восприятия города как целостной системы в сторону фрагментарности и мозаичности (рис. 2, б).

#### *Новейшее время*

Период, последовавший за окончанием Первой мировой войны и продолжающийся до настоящего времени, при всем многообразии

социальных процессов характеризуется в первую очередь нарастающей информатизацией и сменой типа общественного развития от индустриального к информационному, что помимо прочего сыграло важную роль в формировании городской среды.

Само по себе становление информационного общества, которое сопровождается процессами глобализации, развития сферы услуг, распространения цифровых технологий и их проникновения во все сферы общественной жизни начиная с 60-х гг. XX в., способствовало повышению качества городской жизни, которое начинает неразрывно связываться с эффективностью организации процесса коммуникации. Так, по словам Л. Б. Янгель, «человек создал новую информационную среду и новый тип информационного взаимодействия, которые во многом снимают пространственные и временные ограничения на обмен информацией» [13, с. 11–12]. В этой среде существенно усиливается роль объектов визуальной коммуникации как средства организации комфортного взаимодействия между человеком и городскими институтами, а развитие комплексного градостроительного подхода и совершенствование методики «фирменного стиля» [14, 15] способствует движению в сторону целостности восприятия города как иерархичной пространственной системы.

При этом большую роль в развитии городской среды играет совершенствование способов распространения визуальной информации – печатных и мультимедийных технологий, которое ведет, во-первых, к возрастанию роли ин-

формационных носителей в организации повседневной коммуникации, во-вторых, к усилению их демонстративности. Большой размер и хорошее качество изобразительного материала в совокупности с выбором места размещения начинают оттеснять традиционные пространственно-средовые формы воздействия на восприятие (рис. 2, в).

Важно, что под воздействием информационных технологий происходит не только трансформация городской пространственной структуры, изменение городской планировки и возникновение новых средовых отношений между разными объектами, но и социальные процессы также обретают новые черты. Так, согласно Л. Мановичу, развитие новой виртуальной реальности вовлекает человека в динамическое взаимодействие с объектами медиасреды [16], повышая значимость интерактивности как характеристики современного городского дизайна. Это явление подтверждается нами ранее [17].

В таблице отражены особенности качественного изменения объектов визуальной рекламы и информации в городской среде с точки зрения преобладания тех или иных носителей на разных этапах исторического развития.

## ВЫВОДЫ

1. Объекты городской визуальной информации на всех этапах развития человечества играли важную роль не только в процессе организации социального взаимодействия внутри городского сообщества, обеспечивая доступность городской среды для человека, но и в формировании эстетического облика города. Однако в разные исторические периоды их влияние усиливалось или же ослабевало в зависимости от изменения степени информационной плотности городского пространства, а также технических достижений эпохи.

2. Развитие массового информирования в совокупности с высоким уровнем грамотности населения способствует преобладанию шрифтовых форм городской визуальной коммуникации над образными (Античность), в то время как

стагнация коммуникативных практик в совокупности с конфессиональностью выводит на передний план демонстративные (символические) формы коммуникации (Средневековье).

3. Рубеж эпох Средневековья и Нового времени является, с одной стороны, периодом формирования основных жанров городской визуальной коммуникации, а с другой – временем становления основных принципов создания объектов наружной информации (наглядность, броскость, быстрота восприятия и т. д.). К началу XVI в. наблюдается, во-первых, увеличение количества объектов визуальной информации в городской среде, во-вторых, их жанровое разнообразие (рукописные и печатные информационные листки, объявления, вывески, домовые знаки и т. д.), в-третьих, усиление роли текста в организации композиционного пространства, в-четвертых, динамика усиления эмоционального компонента и художественной образности (носители рекламной коммуникации).

4. Эпоха промышленной революции, сопровождающаяся ускоренным информационным и технологическим развитием, способствующим увеличению размера объектов информации, а также их количества в отсутствие норм размещения, закрепила за объектами визуальной информации в городской среде новую градоформирующую функцию, и в то же время привела к существенному ухудшению визуального облика городов.

5. Современный этап визуального развития городского информационного пространства сопровождается усилением влияния интерактивных технологий, которое сказывается в числе прочего на облике объектов визуальной информации и ставит, с одной стороны, вопрос необходимости выработки универсального графического языка, позволяющего сделать коммуникацию более доступной, а с другой – создания гибкой системы контроля над размещением объектов рекламы и информации, направленной на поддержание высокого эстетического уровня современных городов.

Т а б л и ц а

Эволюция объектов городской визуальной информации

Носитель	Античность	Средневековье	Новое время	Новейшее время
Вывески	Рисованные настенные вывески	Предметные и изобразительные консольные вывески	Настенные вывески	Консольные и настенные световые вывески
Ориентирующая информация	Рельефные таблички на зданиях	Домовые знаки и городская геральдика	Знаки адресации	Городская ориентирующая информация
Реклама	Рукописные рекламные объявления	Рукописные информационные листки	Печатные афиши и плакаты	Цифровые билборды и медиафасады

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ахмедова Л. С. Особенности трансформации визуального информационно-коммуникативного поля города : автореф. дис. ... канд. архитектуры. Самара, 2009. 24 с.
2. Устин В. Б. Визуальная информация в эстетическом формировании городской среды: опыт исследования закономерностей художественного решения информационных систем : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. М., 1984. 24 с.
3. Шустова Н. Л. Стены, которые говорят // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С. Г. Строганова. 2019. № 3-1. С. 116–127.
4. Heath J. House of Aulus Trebius Valens Graffiti // Flickr : хранилище цифровых фотографии и видеороликов. URL: <https://www.flickr.com/photos/mumblerjamie/49347430142> (дата обращения: 02.09.2024).
5. Русаков А. Ю. Социальные коммуникации в контексте формирования массовой культуры // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2017. № 4(33). С. 61–65.
6. Латини Б. Книга сокровищ // E-codices : виртуальная библиотека средневековых рукописей. URL: <https://www.e-codices.ch/en/bge/fr0160/82r> (дата обращения: 02.09.2024).
7. Черных А. П. Визуальные признаки в европейском городе Средневековья и раннего Нового времени // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике : сб. ст. II Междунар. науч. конф., Казань, 24–25 ноября 2016 г. Казань : Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2016. С. 168–172.
8. Брейгель П. Ст. Детские игры // Музей истории искусств. URL: <https://www.khm.at/objektdb/detail/321> (дата обращения: 02.09.2024).
9. Austin C. Signs of the Times // Victoria and Albert Museum : site, 2010. URL: <https://www.vam.ac.uk/blog/sketch-product/signs-times> (accessed 02.09.2024).
10. Хогарт У. Взбешенный музыкант // Британский музей. URL: [https://www.britishmuseum.org/collection/object/P\\_S-2-62](https://www.britishmuseum.org/collection/object/P_S-2-62) (дата обращения: 02.09.2024).
11. Перри Д. О. Лондонская уличная сцена // GettyImages : хранилище цифровых фотографии. URL: <https://www.gettyimages.in/detail/news-photo/john-orlando-parry-english-school-a-london-street-scene-news-photo/535784657> (дата обращения: 13.10.2023).
12. Рум А. Piccadilly Circus // Flickr : хранилище цифровых фотографии и видеороликов. URL: <https://www.flickr.com/photos/rockmanzym/25441760675> (дата обращения: 02.09.2024).
13. Янгель Л. Б. Информатизация в глобализирующемся мире: философский анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 2004. 24 с.
14. Михайлов С. М. Дизайн города: основные этапы исторического развития // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 5(166). С. 4–9.
15. Михайлов С. М. Дизайн городской среды как вид синтетической деятельности. Исторический аспект // Дизайн-ревью. 2009. № 1-4. С. 10–28.
16. Манович Л. Язык новых медиа. М. : Ад Маргинем Пресс, 2018. 399 с.
17. Рябинина-Задерновская В. Е. Формирование городской идентичности средствами графического дизайна (на примере Санкт-Петербурга) // Технологии и качество. 2023. № 3(61). С. 57–63.

## REFERENCES

1. Ahmedova L. S. Features of transformation of the visual information and communication field of the city\*. Extended Abstract of Cand. Sci. (architecture) Diss. Samara, 2009. 24 p. (In Russ.)
2. Ustin V. B. Visual information in aesthetic formation of urban environment: experience of research of patterns of artistic solution of information systems\*. Extended Abstract of Cand. Sci. (art history) Diss. Moscow, 1984. 24 p. (In Russ.)
3. Shustova N. L. The walls which speak. *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik RGHPU im. S. G. Stroganov* [Decorative Art and environment. Gerald of the MGHPA]. 2019; 3-1:116–127. (In Russ.)
4. Heath J. House of Aulus Trebius Valens Graffiti. Flickr. URL: <https://www.flickr.com/photos/mumblerjamie/49347430142> (accessed 02.09.2024).

---

\* Перевод названия источника выполнен автором статьи / Translated by author of the article.

5. Rusakov A. Yu. Social communication in context of formation of mass culture. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Gerald of the Saint-Petersburg State Institute of Culture]. 2017;4(33):61–65. (In Russ.)
6. Latini B. The “Trésor”. E-codices. URL: <https://www.e-codices.ch/en/bge/fr0160/82r> (accessed 02.09.2024).
7. Chernyh A. P. Visual signs in European city of Middle Ages and early Modern Time. Visual communication in socio-cultural dynamics : collection of articles of the II International Scientific Conference. Kazan, 2016. P. 168–172. (In Russ.)
8. Pieter Bruegel the Elder Children’s Games. Vienna Museum of Art History. URL: <https://www.khm.at/objektdb/detail/321> (accessed 02.09.2024).
9. Austin C. Signs of the Times. Victoria and Albert Museum. 2010. URL: <https://www.vam.ac.uk/blog/sketch-product/signs-times> (accessed 02.09.2024).
10. Hogarth W. The Enraged Musician. The British Museum. URL: [https://www.britishmuseum.org/collection/object/P\\_S-2-62](https://www.britishmuseum.org/collection/object/P_S-2-62) (accessed 02.09.2024).
11. Parry J. O. A London Street Scene. Getty Images. URL: <https://www.gettyimages.in/detail/news-photo/john-orlando-parry-english-school-a-london-street-scene-news-photo/535784657> (accessed 02.09.2024).
12. Pym A. Piccadilly Circus. Flickr. URL: <https://www.flickr.com/photos/rockmanzym/25441760675> (accessed 02.09.2024).
13. Yangel’ L. B. Informatisation in a globalising world: a philosophical analysis\*. Extended Abstract of Cand. Sci. (philosophy) Diss. Moscow, 2004. 24 p. (In Russ.)
14. Mihajlov S. M. City design: milestones of historical development. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* [Gerald of the Orenburg State University]. 2014;5(166):4–9. (In Russ.)
15. Mihajlov S. M. Design of the city environment as a kind of synthetic activity. Historical aspect. *Dizajn-revyu* [Design-review]. 2009;1-4:10–28. (In Russ.)
16. Manovich L. The language of new media. Moscow, Ad Marginem Press Publ., 2018. 399 p. (In Russ.)
17. Ryabinina-Zadernovskaya V. E. Formation of city identity by means of graphic design (the example of Saint Petersburg). *Tekhnologii i kachestvo* [Technologies & Quality]. 2023;3(61):57–63. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 20.09.2024  
Принята к публикации 23.09.2024

---

\* Перевод названия источника выполнен автором статьи / Translated by author of the article.