

ӘОЖ 7.769.91

ГРАФИКАЛЫҚ ДИЗАЙНДАҒЫ ҚОҒАМДЫҚ КӨЛІКТЕРДІҢ ӘЛЕМДІК АНАЛОГТАРЫ

Қасым Айдана Еркінқызы

aidanka-12-94@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ студенті Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі –Тусупбекова Ш.М.

Көліктік дизайн - бұл жерүсті, әуе және су көлігі құралдарын, лифт және эскалатор құрыл-ғыларын, транспортерлерді, құбырларды, сондай-ақ қызмет көрсететін және басқарушы инфрақұрылымдарды (көлік ортасын жобалау-дизайн) жобалауға маманданған дизайн саласы.

Көлік дизайнының пайда болу тарихы

Көліктік дизайн практикалық қызмет саласы ретінде көлік құралдары қанша болса да бар. Бұл ретте теориялық негіздеме өткен ғасырдың 20-шы жылдары ғана пайда болды. Осы сала-дағы алғашқы жол жүрушілердің бірі Ұлы Отан соғысына дейін КСРО-да ең танымал бірі, инженер А. Н. "М1" ("эмка") автомобилінің құрастырушысы болды. Көлік дизайны заманауи жобалық мәдениеттегі жетекші салалардың бірі болды. У. Тиг, Р. Лоуи, Л. Колани, Ф. Порше, Х. Эрл сияқты дизайнерлердің жұмыстары ХХ ғасырдың дизайнының символына айналды [1].

Көліктік дизайн объектілері

Барлық көлік дизайн нысандарын екі үлкен топқа бөлуге болады:

- өздігінен қозғалатын экипаждар, құрылғылар және бір объектіде мобильді элементтерді (транспортер таспасы, құбыр байланысы контейнерлері және т. б.) қосатын интегралды көлік қондырғылары.);

- олардың қозғалмайтын құрылымдары мен құрылыстары (Эскалатордың қаңқасы, фуникулер және т. б. рельстері.)

Автомобиль дизайны

Көлік дизайны саласында автомобиль дизайнын бөлек бөлуге болады. Автомобиль дизайны-бұл дизайн саласы, ол автомобильдің өзіндік, қазіргі заманғы және функционалдық ақталған нысанын жасау бойынша көркем-жобалау қызметін білдіреді.

Көлік компаниясының логотипі-бұл кәсіпорын туралы, оның мүмкіндіктері, мамандануы және клиенттерге қатысты қысқа әңгіме.

Лого жасау үшін жиі автомобиль бөліктері, руль, рессор, шанақ немесе доңғалақ түріндегі элементтер, сондай-ақ машиналар: автобустар, жүк машиналары, жеңіл. Сондай-ақ, жылдам-дық, қуат, жоғары сапалы қызмет көрсетуді бейнелейтін геометриялық фигураларды пайдалануға болады. Түстер техникамен, прогресспен, жылдамдықпен байланысты және негізінен сұр, қызыл, көк гамма, сондай-ақ қара пайдаланылады.

Көлік компанияларының тағы бір түрі Логистика деп атайды.

Логистика-бұл жеткізу жылдамдығы мен сенімділігі, қанағаттанған клиенттер мен

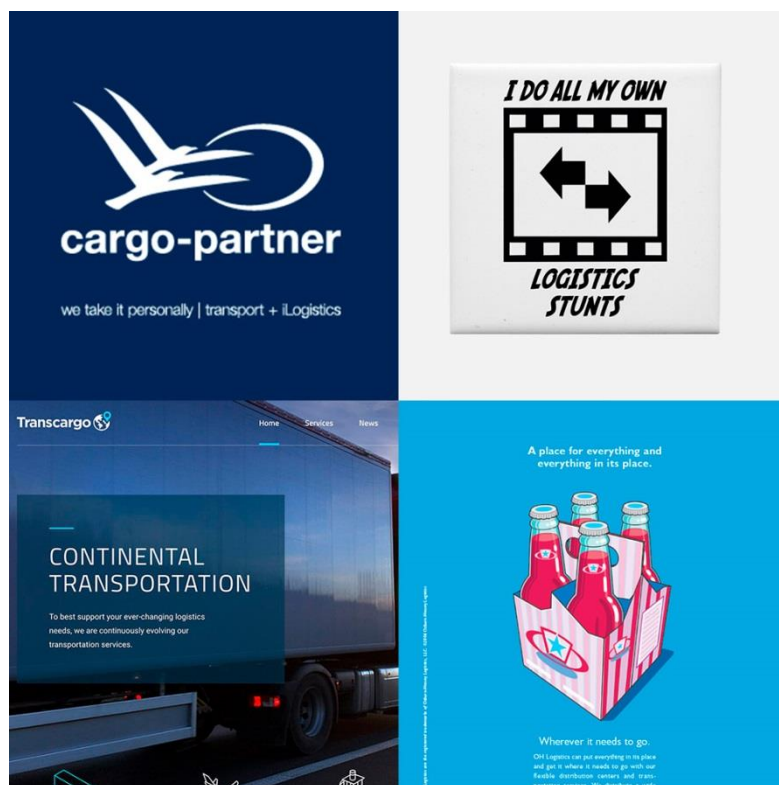
қолже-тімді бағаларды айтады. Логистикалық компаниялар үшін фирмалық стиль аталған артық-шылықтарды көрсетуі керек.

Көлік компанияларының дизайнының бірнеше маңызды ерекшеліктері бар. Атап айтқанда, тасымалдаушылар 18 айға дейін арнайы "Күту парағын" құрған Феррари сияқты оқуға түсе алмайды. Компанияның дизайны клиенттеді күтуде өз маңыздылығын көрсетеді. 18 ай сәлемдемені алып жүретін логистіңізді елестетіңіз. Эксклюзивтік-ақылға түсетін сөз емес.

Ал компанияның брендтік дизайның еске түсіргенде қажетті қауымдастықтарға келу үшін не істеу керек?

Логистикалық компанияларға арналған

Компанияның брендбукі-брендте қандай құндылықтар бар, сондай-ақ аталған құндылықтар тұтынушыларға қандай тәсілмен жеткізілетінін егжей-тегжейлі сипаттау. Онда миссия мен философияны, басты символдарды (логотиптер, атрибуттар, түстер) жазады. Хабарламалар арналар арқылы беріледі: визиткалар мен құжаттар, униформа, көлікті бояу арқылы. Бұл брендті басқару үшін ресми нұсқаулық (1-сурет) [2].



1-сурет. Логистикалық компанияның графикалық дизайны

Лондон жерасты пойызының графикалық дизайны

Metropolitan Railway компаниясы 1863 жылдың 9 қаңтары Паддингтон мен Фаррингдон Сити екі теміржол вокзалы қосу үшін бу тарту бойынша жер асты пойызын әлемде бірінші Лондонда іске қосты. Бұл оқиға Лондон мен әлемнің өмірін мәңгілікке өзгертті. Бірнеше он жылдардан кейін көптеген дамыған елдер өз жер асты темір жолын салу идеясын Англиядан мұра етті және Францияны қайталай отырып, Англияның аттас темір жол компаниясының құрметіне ортақ "метрополитен" атты атауын пайдалана бастады. Лондондық жер асты әлем-дегі алғашқы метро болды, бу күші бар поездарды электрге бірінші ауыстырып, сондай-ақ бірінші болып Нью-Йорк, Токио, Мәскеу және Париж көлік жүйелері тепе-тең болатын графикалық дизайнның жоғары стандарттарын орнатты. Лондондық метроның графикалық тарихы 1908 жылда басталды және онжылдықтар бойы біртұтас визуалды коммуникацияның үлгісі болып дами бастады.

Барлығы 19 ғасырдың соңында, Лондонның жетекші автобус компаниясы - London General Omnibus Company - Іштен жану қозғалтқыштарына ат тартуынан басталған кезде басталды. Орын алған технологиялық өзгерістерді көрсетуге ниет білдіре отырып, компания жаңа сим-волды жасайды, ол оны елорда көшелеріндегі бей-жай және толы көшелерде бәсекелестер арасында тиімді бөледі. 1905 жылы "Мистер Крейн" ретінде белгілі адам, ежелгі грек мифі Гермес, Құдай туралы рухпен рухтандырылған, сауда-саттықтан түскен пайданы сыйлайтын және Құдайдың және жер дүниелері арасындағы жылдам қозғалу таланты бар, қанаттармен безендірілген, планкамен қиылысқан автобус дөңгелегі болып табылатын символды ойлап тапты (2-сурет) [3].



2-сурет Лондон метросының логотипі

Осылайша лондондық көліктің діни логотипінің ізашары дүниеге келді. 1908 жылы бейім-делген автобус символы жер астында түсті. Ол орталық станция атымен Көк жолақпен қиы-лысқан тұтас қызыл диск болды. Жарқын символ жолаушыларға көптеген жарнамалық пла-каттардың ішінен нұсқауды табуға көмектесті [4].

Дубайдың Метро өте жас: алғашқы бірнеше станция тек 2009 жылы ашылды. Бірақ 10 жылдан аз уақыт ішінде бұл көлік Дубайдағы қоғамдық көліктің басқа түрлері арасында бірінші орынға ие болды. Қала бойынша метроға бару өте ыңғайлы және оның арқасында ең шалғай аудандарға жетуге болады. Бұл мақалада Дубайдың метро картасы ғана емес, мұнда Мен әлі тақырып бойынша пайдалы ақпаратты жинадым: Дубайдағы метро құны, жұмыс уақыты, түрлі вагондардағы сапарлардың ерекшеліктері, айыппұлдар мен басқа да нюанстар бар (3-сурет).



3-сурет. Дубай метрополитенің логотипі

Мәскеу метрополитені (Мәскеу метро) — электр тартымындағы рельсті тыс (көбінесе жер-асты) қалалық қоғамдық көлік, Мәскеуде және ішінара Мәскеу облысында орналасқан. КСРО мен Ресейдің тарихи бірінші және ірі метрополитені болып табылады.

Мәскеу метро-сы — Пекин, Токио, Шанхай, Сеул және Гуанчжоу метрополитендерінен кейін пайдалану қарқындылығы бойынша әлемдегі алтыншы, бесінші — пайдаланылатын желілердің ұзындығы бойынша. Метрополитенді пайдалануды "Мәскеу метрополитені" (толық атауы: Мәскеу қаласының мемлекеттік біртұтас кәсіпорны "Ленин ордені және Еңбек Қызыл Ту ордені в. И. Ленин атындағы метрополитен") жүзеге асырады.

Бірінші желі 1935 жылдың 15 мамырында ашылды және "Сокольники" станциясынан "Мәдениет паркі" станциясына дейін "Смоленскаяға" тармақталған. Жалпы ұзындығы 381 км екі жолды есептеу кезінде монорельсті және ХКО ескерместен 14 желіден тұрады (олардың төр-теуі кейіннен қосарлы қосылады; екі желі бір бағыт ретінде ұйымдық жұмыс істей отырып, қазір уақытша қосылған). Мәскеу метрополитенінде 223 жұмыс істеп тұрған станция және бір консервіленген станция, 44 станция мәдени мұра объектілері деп танылды, ал 40-тан астам сәулет ескерткіштері болып табылады (4-сурет)

Брендтің басты графикалық элементі "Мәскеу көлігі" логотипі болып табылады, ол мағыналық қауымдастықтардың бірнеше деңгейлерін қамтиды: Мәскеудің айналма жүйесі; әр адамның жеке басын құрметтеудің белгісі ретінде саусақ іздері; жол және қозғалыс; объектіні белгілеудің геолокациялық пиктограммасы.

Жоба бойынша Мәскеу көлік департаментінің және Saatchi & Saatchi агенттігінің мамандары бастаған интернационалдық команда еңбек етті. Сонымен қатар, жобаға әлемге әйгілі Pentagram Нью - Йорк брендинг агенттігінің серіктесі Эдвард Опара және Saatchi Design халықаралық креативті директоры Блейк Энтинг қатысты [5].



4-сурет. Мәскеу метрополитенінің логотипі

Графикалық дизайнның дамуы адамзат тарихымен тығыз байланысты. Ежелгі үңгірдің күмбезінде қарапайым, атаусыз суреттер түрінде пайда болған ол түр өзгерді және жетілдірілді, мәдени және әлеуметтік-экономикалық саланың дамуына өз үлесін қосып, өмірдің көптеген салаларында қолдануды тауып, қазіргі заманның визуалды кеңістігін қалыптастыруға ықпал етті. Менің ойымша, менің тақырыбым өзекті, өйткені қазіргі әлемде графикалық дизайн біздің өміріміздің барлық салаларына енеді. Әлемдік көліктік компанияларының логотиптерін аналог ретінде ескере отырып Астана қаласында қазіргі кезде салынып жатқан жеңіл рельсті көліктің фирмалық стилін ойластырып, оны әлемдік бренд ретінде елге танытылуы маңызды [6].

Көлік компаниясының фирмалық стилі — бұл сиқырлық емес, маркетингшілердің жұмысы. Логистерге қарапайым адамдардың басына келмейтін ең керемет тәсілдерді ойлап, мәселе-лерді тез және мерзімінде шешуге үйреншікті. Барлық жерде шабыт қажет, логотиптер, брендбуктар, компания дизайнерлары адамдарға осы шабыт беру керек.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Исследовательская работа [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://lit.na5bal.ru/doc/5646/index.html>

2. Графический дизайн лондонской подземки [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://design-mate.ru/read/megapolis/graphic-design-london-underground>
3. Полный вперед: Фирменный стиль логистических компаний [Электронный ресурс]– Режим доступа: <https://koloro.ru/blog/dizain/firmennyu-stil-dlya-logisticheskikh-kompaniy-breningovoe-agentstvo-koloro.html>
4. Лисов И. Основные решения и история проектирования Московского метрополитена. 2. Июньский (1931 г.) пленум ЦК ВКП(б). «Московское метро» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nashemetro.ru> (1997 - 2008).
5. Первый пассажир Московского метро. Кадры кинохроники. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Московский_метрополитен:
6. Логотип Московского метро [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Московский_метрополитен: