

УДК 72.01

Хлюпин О. А., старший викладач,
Національний авіаційний університету (Київ)

Осиченко Г. О.
доктор архітектури, професор,
*Харківський національний університет міського господарства
ім. О. М. Бекетова*

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МЕДІА ОБ'ЄКТІВ У ІСТОРИЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ МІСТА

Анотація: в статті розглядаються проблеми і перспективи використання медіафасадів у історичному середовищі міста, виходячи з питань охорони історико-культурної спадщини міст та містобудівної адаптації міського середовища.

Ключові слова: медіафасади, історичне середовище, медіа об'єкти, містобудівна адаптація.

Актуальність теми. Охорона історико-культурної спадщини міст є одним з пріоритетних завдань забезпечення сталого розвитку міст та регулюється низкою міжнародних і національних нормативних документів. Охорона історичного середовища міст давно розглядається в контексті пристосування і адаптації його до сучасних потреб людини. В цій проблемі актуальними зберігаються питання використання сучасних найновітніх технологій, матеріалів і прийомів в історичному середовищі, серед яких ми виділяємо впровадження в історичні центри міст медіа-фасадів.

Мета дослідження – визначення перспектив і проблем, пов'язаних з дизайном представлення інформації у історичному середовищі за допомогою медіа об'єктів.

Застосовані методи дослідження: порівняльний і історичний аналіз, систематизація та синтез інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні дослідження в галузі медіа-об'єктів зосереджені на питаннях їх технологічного вирішення, забезпечення зниження витрат енергії, взаємодії з історичним середовищем та питаннях композиції архітектурного середовища. Серед вітчизняних науковців виділяються дослідження Сергеевої Н. В., Авраменко Д. К.; серед закордонних дослідників, що займаються питаннями медіа-архітектури є Єнютіна Е. Д., Куліш Д. В., Путинцев П. А., М. Струпек, П. Пелтоненат, Б. Фолей та ін. [1-7].

Висновки дослідження виконані на основі аналізу практичного досвіду застосування медіа-фасадів у закордонній архітектурній практиці.

Проаналізовані об'єкти, що демонструвалися на Media-facades Festival в Берліні, а також медіа - фасади в Пекіні (Китай), Граці (Австрія), Сінгапурі, Берліні (Німеччина) та ін.

Виклад основного матеріалу. Аналіз закордонного досвіду використання медіафасадів дозволив розробити класифікацію медіа об'єктів в залежності від ролі в медіа-мережі та масштабного рівня: медіацентри, медіатеки, медіа-бокси, медіафасади, медіа МАФ та медіа-інсталяції. Різноманіття світлових електронних технологій дає можливості здійснювати широкий і різноманітний спектр рішень в сфері медіа фасадів:

- від невеликої динамічної світлодіодної вивіски (digital signage), розташованої над входом в магазин або ресторан з можливістю в базовому виконанні демонструвати фірмовий стиль (логотипи, дизайн, текст, графіку, ефекти), а також інформацію про продукти, послуги та спец пропозиції компанії-власника;

- до величезного фасаду складної архітектурної форми, ефектно і гармонійно оформленого світлодіодними поверхнями різного дозволу аж до HD-video з необмеженими можливостями по дизайну, рекламі та спонсорству.

Медіафасади використовуються по всьому світу як: засіб зовнішньої електронної реклами (digital outdoor); засіб дизайнерського освітлення будівель і приміщень; засіб для забезпечення унікальності архітектурного об'єкту; засіб для прикраси і різноманітності вигляду міста; засіб будь-який інший інформаційної комунікації (трансляція теле - або відеопрограм); засіб взаємодії з різними містами, пунктами, будівлями і т. д. ; засіб взаємодіє між людьми.

Визначено, що в історичному середовищі медіа - об'єкти можуть виконувати різноманітні функції, серед яких виділяються *інформаційні, розважальні, орієнтаційні та інтерактивні функції*, у більшості випадків всі функції поєднуються. Інформаційні функції включають трансляцію різноманітної інформації, в першу чергу рекламу. Орієнтаційні функції визначаються можливостями спрощення навігації у незнайомому місті, наданні краєзнавчої та необхідної інформації про об'єкт культурної спадщини міста, останнє є найбільш актуальним. Наприклад, вже зараз велика кількість об'єктів культурної спадщини міста Відня мають, окрім інформаційних стендів, електронні автомати, за допомогою яких турист може отримати звукову інформацію про історичний об'єкт та його історію. Інформація досяжна на декількох мовах. Впровадження медіа екранів в історичних об'єктах дає можливість доповнити звукову інформацію візуальною за допомогою відеороликів. Медіа екрани з інформацією про погоду, визначні місця та пам'ятки міста вздовж маршруту громадського транспорту встановлюються в трамваях і тролейбусах міст Європи і Росії. В історичних містах широко

використовують невеликі медіа-екрани у якості меж і розподілу невеликих громадських просторів на різні функціональні зони та розважальні медіа стінки (*interactive media wall*). Також медіафасади розміщуються на фасадах історичних будівель. Але в більшості проаналізованих нами прикладах, у якості екрану використовувався глухий торець історичної будівлі. Але й при цьому медіа-фасад значно перетворює архітектурний облік традиційного історичного середовища внаслідок своєї динамічності та новизни. Це показує його великий потенціал у використанні для оновлення і модернізації деградованого або фонового історичного середовищ, покращення їх композиції, також як і в вирішенні питань створення інтерактивного громадського простору у містах. Але стосовно цінних архітектурних будівель необхідна тактовна інтеграція медіа фасадів в структуру будівлі. В залежності від ступеня цінності історичної будівлі ми визначили такі *прийоми впровадження медіа фасадів*:

- розміщення медіа фасадів і вивісок на глухих торцях та глухих площинах фасадів;
- влаштування тимчасових динамічних медіа-інсталяцій на фасадах за допомогою проекційних технологій;
- розміщення медіа - екрану у вигляді «аплікації» на фасаді;
- розміщення декількох невеликих медіа-екранів – «аплікацій», котрі транслюють різну інформацію, але єдиного змісту;
- створення «медійної оболонки» зверху фасадних площин, котра перекриває всі архітектурні деталі будівлі і створює у нічний час цілком новий образ будівлі;
- розміщення медіа –екранів по типу «об’ємної вивіски», перпендикулярно основної площини фасаду;
- розміщення медіа –екранів на парапеті будівлі у вигляді «рухливого рядка»;
- розміщення медіа –фасадів у вікнах або вітринах першого громадського поверху будівлі, котрі поєднуються трансляцією єдиного зображення.

Визначені також обмеження щодо розміщення площинних медіа-об’єктів та інших медіа - об’єктів (вивісок, аншлаків, реклами) на фасадах історичних будівель (рис.1).

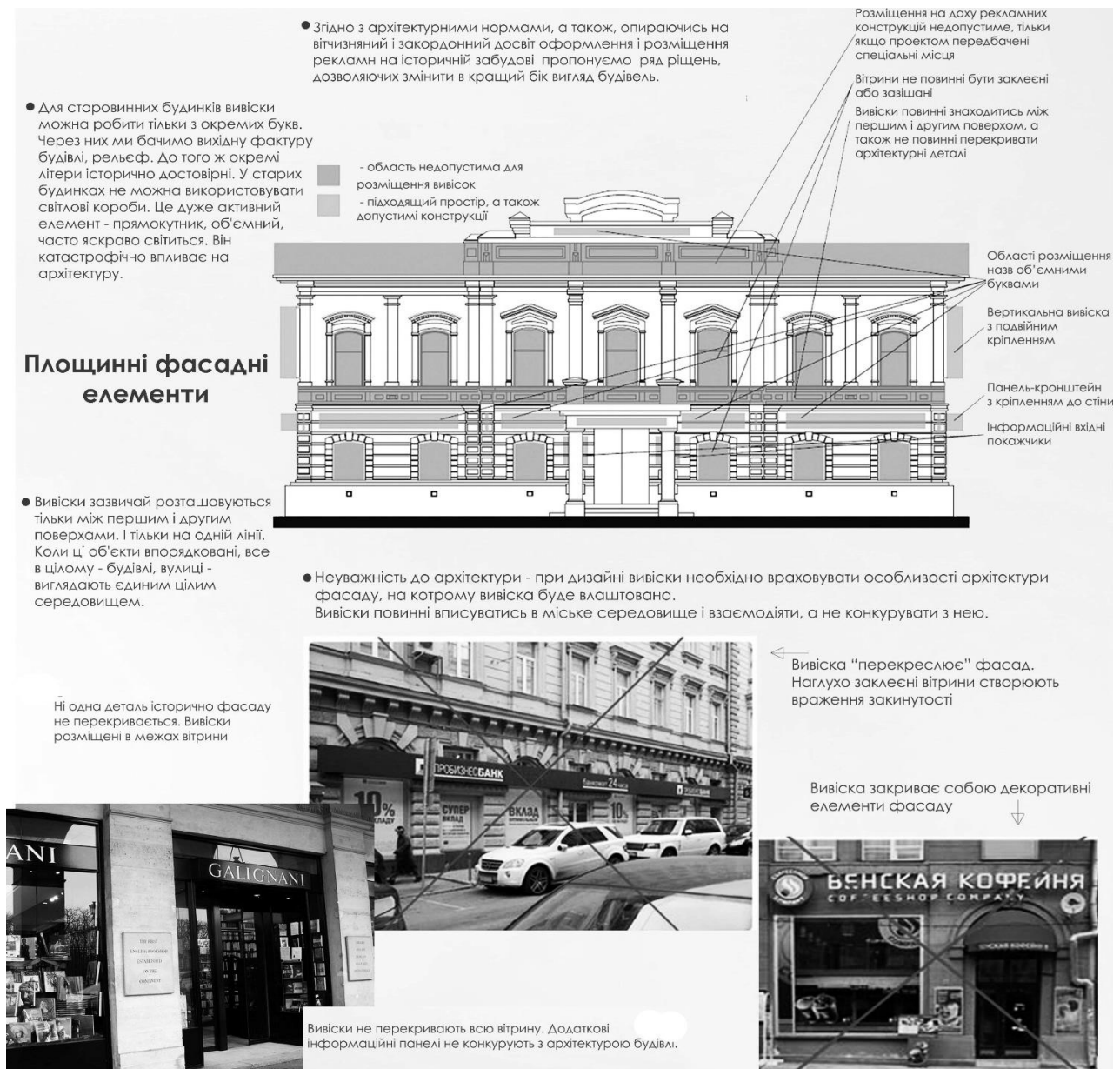


Рис. 1. Використання площинних елементів реклами, в тому числі медіа-фасадів, на цінній історичній будівлі.

Висновки. При проектуванні медіа-фасадів в цінному історичному середовищі виявляється низка питань, яка ще потребує вивчення. Вона стосується представлення медіа-фасадів як цілості в світлі декількох аспектів:

- цілісність графічної (шрифти, знаки, карти, схеми, колір та композиція графічних елементів), конструкторсько-технологічної частин (конструктивні і технологічні елементи), сюжетної частин (відеоролики, фільми) медіа-фасаду;
- цілісність типу медіа-фасаду та архітектурної форми, котра виступає його носієм;

- цілісність внутрішньої інформації, яку несуть форма будівлі і форма медіа-фасаду, та зовнішньої інформації, яка транслюється за допомогою медіафасаду і є додатковим, спеціальним функціональним навантаженням на форму архітектурного об'єкту;
- цілісність медіа-фасадів та оточуючого середовища: включення зовнішньої та внутрішньої інформації в міське середовище, врахування середовищного контексту. Вимогою часу є також розробка загального керівництва, яке б виявляло закономірності створення та сприйняття елементів міського дизайну й пов'язувало б ці закони в єдине ціле.

Література

1. Media Fasades exhibition. Deutsches architektur zentrum (DAZ)// German centre for architecture. - Berlin, 2008. - 59p.
2. It's mine, don't touch!: interactions at a large multi-touch display in a city centre/ P. Peltonen, E. Kurvinen, A. Salovaara, G. Jacucci, T. Ilmonen, J. Evans, A. Oulasvirta, and P. Saarikko. – In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, CHI '08. – New York, NY, USA, ACM, 2008. – pp. 1285-1294.
3. M. Struppek. Urban screens - the urbane potential of public screens for interaction / M. Struppek // Visual Communication. – 2006. – № 5.– pp.173 - 188.
4. J. D. Foley. Computer Graphics: Principles and Practice/ J. D. Foley. – AddisonWesley Professional, 1996.
5. P. T. Fischer, C. Zollner, and E. Hornecker. VR/Urban: Spread gun - design process and challenges in developing a shared encounter for media facades / P. T. Fischer, C. Zollner, and E. Hornecker. // In Proceedings of the 24th BCS Interaction Specialist Group Conference, BCS '10. – Swinton, UK, UK, British Computer Society, 2010. – pp. 289-298.
- 6.Сергеєва Н.В. Нові засоби та технології візуального мистецтва медіа-дизайну / Н.В. Сергеєва, Н.Г. Романенко, В.А. Афонін // Вісник ХДАДМ. – № 8. – Харків, 2004. – С. 95-99.
- 7.Авраменко Д.К. Специфіка образу зовнішньої реклами в контексті художнього образу як частини культури /Д.К. Авраменко/ Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. – 2013. – Вип. 19 (2). – С.253-256.

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы и перспективы использования медиафасадов в исторической среде городов, исходя из вопросов охраны историко-культурного наследия и градостроительной адаптации городской среды. Ключевые слова: медиа фасады, историческая среда, медиа объекты, градостроительная адаптация.

Abstract: The article deals with the problems and prospects of mediafasads in the historical environment of the city based on historical and cultural heritage of cities protection and urban adaptation of historical urban environment. Keywords: media facades, historic environment, media objects, urban adaptation.