

Теоретичні основи медіа-архітектурного проектування

Анотація. У статті сформульовані складові методики медіа-архітектурного проектування громадських комплексів, визначені критерії медіа-архітектурного синтезу.

Ключові слова: медіа-архітектура, медіа-вплив, методика проектування.

З появою електронних технологій, комп'ютерів та нових медіа, структура соціальних комунікацій зазнала змін. Інтеграція інформаційних технологій в архітектурний простір стала основою сучасного актуального напрямку медіа-архітектури. Вивчаючи практику формування складних архітектурних комплексів можна визнати, що медіа-архітектурний синтез є новим еволюційним рівнем сучасної архітектури, який будується на принципах єдності, взаємопов'язаності, змінюваності, адаптивності та інтерактивності. Соціальні комунікації роблять людство прогресивним суспільним організмом, їх логіка та структура мають глибинні відображення в усьому предметному світі, яким оточує себе людина. Ключовим інструментом даного напрямку є активна керована медіа-поверхня, здатна створювати візуальні образи та нести інформаційний контент. Поява течії медіа-архітектурного синтезу або медіа-архітектури стала основою якісних змін формування громадських комплексів, а також підходів до їх проектування [4, с. 9-11].

Методологія проектування – це комплекс знань, методик, технологій, засобів та навиків, на яких ґрунтується діяльність архітектора. Сучасні тенденції медіа-активної архітектури потребують пошуку нових ефективніших механізмів поєднання архітектурного простору та медіа-поля, що найбільш актуально для громадських комплексів, об'єктів торгівлі та дозвілля, де інформаційні засоби завжди займали вагоме місце. Процес проектування архітектурних об'єктів містить кілька послідовних етапів, що складають: створення проектної пропозиції та її техніко-економічне обґрунтування, технічний проект та розробку робочих креслень [1, с. 57].

Такий комплексний підхід включає архітектурні, конструкторські, технологічні, економічні та інші аспекти, що дозволяє здійснювати детальну розробку проекту із врахуванням усіх факторів впливу. Реалізація інформаційної моделі спирається на ІТ-засоби та комплексне програмне забезпечення. Інформаційна модель будівлі є широкою гнучкою системою, що на сьогоднішній день може включати моделювання засобів медіа-впливу як суттєвої частки архітектурного цілого.

Ієрархія проектних задач об'єкту медіа-архітектурного синтезу може бути розділена на рівень макропроекування, де архітектор та низка спеціалістів вирішують принципові задачі, та рівень мікропроекування – розв'язання завдань вузкого профілю, зокрема технічний аспект реалізації медіа-впливу, підбір контенту, його адміністрування та ін. Найважливішою є стадія макропроекування, оскільки успішність принципового вирішення визначатиме ефективність роботи усіх компонентів нижчого порядку. Розробку концепції медіа-архітектурного синтезу доцільно проводити системним методом ланцюга суттєвих факторів. Місце кожної його ланки визначається у відповідності до ієрархічної структури цілого: архітектурне рішення формується під впливом чинників вищого порядку: функціональних задач та умов оточення, організація медіа-засобів, в свою чергу, підпорядковується архітектурному рішення, від організації медіа-засобів залежить їх технічне вирішення і так далі. Для об'єктів сфери торгівлі та розваг можна визначити таку ієрархію рівнів просторової організації медіа-впливу: усього комплексу, інформаційно-розподільчих комунікацій, спеціалізованих функціональних одиниць та допоміжних або навігаційних елементів. Для кожного з рівнів у системі характерні власні методи організації засобів медіа-впливу [3, с. 91].

Складові медіа-архітектурного проектування мають ряд особливостей, що відрізняють даний проектний метод від класичного (рис. 1). Основна відмінність полягає у присутності інформаційної складової, точніше її візуалізованої медіа-форми. Окрім поверхових візуальних змін, медіа складова вносить у архітектурний простір також глибинні змістоутворюючі трансформації – перетворює неосяжне на матеріальне та розширює архітектурний простір у медіа-поле.

Проектування медіа-архітектурного простору починається з підготовчого етапу, в ході якого здійснюється ситуаційний аналіз – дослідження умов оточення об'єкту, проводиться аналіз вихідних факторів, визначається характер медіа-контенту та його точки дотику із аудиторією, формується просторова структура об'єкту, прогнозується та узгоджується характер медіа-впливу, здійснюється техніко-економічне обґрунтування пріоритетних проектних рішень.

Ситуаційний аналіз оточення спрямовано на дослідження умов, в яких існуватиме об'єкт. Параметри продиктовані середовищем формують не лише

планувальну структуру та композиційне рішення, але також визначають організацію медіа-впливу. На прикладі торговельно-розважальних комплексів можна ствердити, що різні моделі медіа-впливу реалізуються в залежності від контексту оточення об'єкту, інтенсивності суміжних транспортних магістралей, оглядовості, доступності об'єкту тощо. Транспортні комунікації, зокрема, є важливим елементом у мережі інформаційної циркуляції міста, в якій людина є носієм та споживачем інформації, а транзитний простір – фактором організації медіа-насиченої архітектури. Для об'єктів торгово-розважальної сфери, де широко реалізується медіа-вплив, характерне формування простору на каркасі з інформаційно-комунікативних магістралей.

Факторний аналіз реалізує дослідження вихідних чинників, які впливають на проектне вирішення медіа-архітектурного простору. Не дивлячись на те, що медіа-вплив кардинально трансформує предметну форму, він є вторинним по відношенню до матеріальної архітектури. Фактори, які диктує матеріальний простір, підлягають дослідженню та аналізу як своєрідні вихідні данні медіа-впливу. Серед таких факторів можна виділити: функціональний, композиційний, об'ємно-планувальний, технологічний, економічний, фактор клімату та низку інших. Факторний аналіз дозволяє будувати виразну структуру медіа-впливу, що доповнюється елементами архітектурного простору та в свою чергу підвищує його експресію.

Контентний аналіз враховує змістове наповнення інформації та її відношення до архітектурного простору. Візуальна інформація доповнює композицію персоналізованим змістом, що є недосяжним для абстрактних архітектурних форм. Контент можна вважати повноцінним формотворчим інструментом сучасної архітектури, адже завдяки виразній медіа-трансляції інформаційні повідомлення формують настрій та дух об'єкту, що є чи не найвагомішою якістю архітектурного простору. Виразність, яка раніше могла бути досягнута лише експресією форми із відповідними затратами матеріальних та часових ресурсів здебільшого є недоступною в умовах сучасного світу. Засоби медіа-впливу здатні компенсувати нестачу виразності та динаміки форми без значних матеріальних затрат. Окрім композиційної або естетичної складової контент є частиною функціонального наповнення архітектурного об'єкту, виконуючи навігаційну та супроводжуючу функцію, що найбільш актуально для складних архітектурних комплексів.

Просторова організація медіа-архітектурних об'єктів вирішує завдання розміщення медіа-засобів у архітектурному просторі, та полягає у розробці розширеної змістової структури, що фіксує майбутній поділ медіа-архітектурного простору на взаємопов'язані частини, що перетікають одна в одну. На цьому етапі

визначається які функціональні одиниці об'єкту, в якій мірі і якими засобами отримують медіа-розширення у архітектурному просторі.

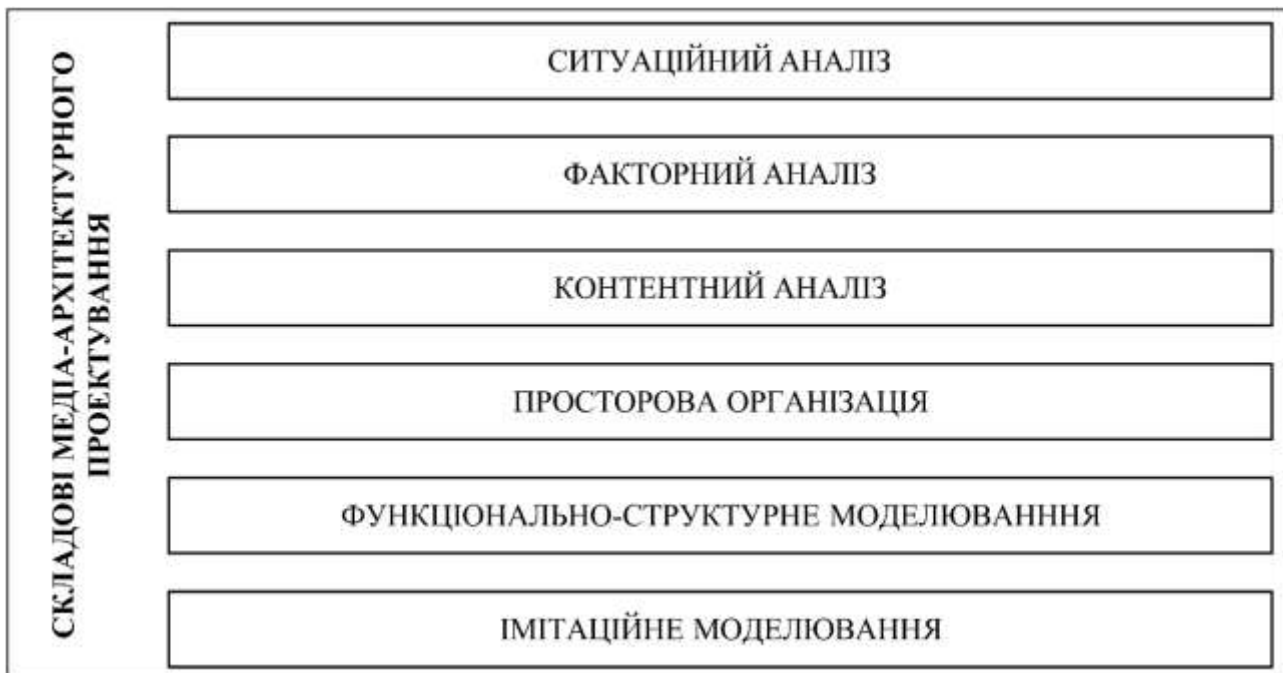
Типи просторової організації медіа-засобів різняться за критеріями їх локалізації в об'єкті, за формами покриваючих медіа-поверхонь, за способами інтеграції в структуру фасаду та за рядом інших просторово-типологічних принципів. Підбір конкретного вирішення для медіа-архітектурного простору спирається на критерії функціональності, композиційної естетики, технологічної доступності та обґрунтованості матеріальних затрат.

Імітаційне моделювання дозволяє будувати моделі, що описують процеси так, як вони мають проходити в дійсності. Такі моделі можна запускати або відтворювати у часі, випробовуючи їх за рядом параметрів. Імітаційне моделювання є методом дослідження, при якому система, що вивчається, замінюється наближеною до реальності моделлю, над якою проводяться експерименти та одержується інформація. Експеримент над штучною моделлю ще називають імітацією. На початку 90-х років отримав розвиток віртуальний метод моделювання. Комп'ютерна графіка дозволяє відтворювати точні моделі та отримувати з них максимально вичерпні відомості. **Імітаційне моделювання є могутнім інструментом дослідження поведінки реальних медіа-архітектурних систем.** Такі системи можуть налічувати тисячі елементів і ще більшу кількість зв'язків між ними, тому класичні методи моделювання стають практично непридатними для їх опису й аналізу.

Імітаційне моделювання медіа впливу є заключним етапом медіа-архітектурного-проектування. Узгодженість формату, форми подачі інформації, та її місця в архітектурному контексті визначають успішність медіа-впливу. Для об'єктів сфери обслуговування залучення уваги – відповідно клієнтів, є одним з ключових функціональних завдань покладених на архітектурну оболонку. Успішність взаємодії архітектури із аудиторією позначиться безпосередньо на ефективності об'єкту, тому до процесу проектування медіа-впливу залучається широке коло спеціалістів з світлодизайну, рекламної сфери, різноманітних технологів, спеціалістів ІТ та ін.

Розкриття потенціалу засобів медіа-архітектури потребує відходу від фрагментарного пофасадного сприйняття і звернення до сприйняття динамічного. Для цього добре підходить термін – сценарій, запозичений з кінематографії. Оптимальний засіб передбачення поведінки людини в медіа-архітектурному

Рис. 1. Складові медіа-архітектурного проектування.



об'єкті – побудова віртуальної імітаційної моделі, що в реальному часі дозволить відтворити сценарій медіа-впливу та наживо оцінити проектне рішення.

Виявлення медійно-роподільчого каркасу є одною з вимог до сучасного комплексу сфери торгівлі та дозвілля. Інформаційно-розподільчий каркас являє собою транзитний простір об'єкту із активним рухом інформації. Каркас організовує функціональне наповнення комплексу, пов'язуючи його частини у єдине ціле. Інформаційно-розподільчий каркас має горизонтальну складову, представлену торговими вулицями, та вертикальну складову у вигляді атріумів та вертикальних комунікацій. Комплекс горизонтальних «текучих» ділянок та вертикальних акцентів дозволяє формувати динамічний медіа-архітектурний простір та реалізувати різноманітні сценарії медіа-впливу [2, с. 27].

Медіа-архітектурний синтез утворює просторові об'єкти нової якості, що виходять за рамки простої суми властивостей їх компонентів. Нова архітектура потребує оригінальних підходів та постановки нових проектних задач. Визначені в статті аспекти медіа-архітектурного проектування є методологічними основами, що можуть бути розвинені та відкривають нові горизонти для подальших досліджень.

Література

1. Бархин Б. Г. Методика архітектурного проектування / Бархин Б. Г. : Учеб.-метод. пособие для вузов. — М.: Стройиздат, 1982. — 224 с.
2. Ежов С. В. Архитектура общественно-торговых комплексов (Формирование информационно-распределительных пространств) / Ежов С. В. — К., 1988. — 221 с.
3. Костенко А. Я. Средства информации в архитектуре / Костенко А. Я. — К.: Будівельник, 1984. — 112 с.
4. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Маклюэн М. [Пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова.]. — М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц.», «Кучково поле», 2003. — 464 с.
5. Яковлев И. П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций / Яковлев И. П. — СПб.: «Авалон», «Азбука-классика», 2006. — 240 с.
6. M. Hank Hauesler. MEDIA FACADES — HISTORY, TECHNOLOGY AND CONTENT (Ханк Хойслер. [Медиа-фасады и медиа-архитектурные конструкции](#) \. Avedition.2007. 250 p.

Аннотация. В статье сформулированы составляющие методики проектирования медиа-архитектурного пространства архитектурных комплексов, определены критерии, которым должны соответствовать объекты медиа-архитектурного синтеза.

Ключевые слова: медиа-архитектура, медиа-влияние, методика проектирования.

Abstract. In article defined media-architectural design procedure and criteria of media architectural synthesis.

Key words: media architecture, media structure, design procedure.