

Қазақстан Республикасы Тәуелсіздігінің 30 жылдығына арналған «Сейфуллин оқулары – 17: «Қазіргі аграрлық ғылым: цифрлық трансформация» атты халықаралық ғылыми – тәжірибелік конференцияға материалдар = Материалы международной научно – теоретической конференции «Сейфуллинские чтения – 17: «Современная аграрная наука: цифровая трансформация», посвященной 30 – летию Независимости Республики Казахстан.- 2021.- Т.1, Ч.4 - С.28--32

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА МЕДИА АРХИТЕКТУРУ

Балгабаева С.А.

Медиа архитектура - это форма искусства, произведения которой создаются и представляются современными информационными и коммуникационными технологиями, в основном такими как видео, компьютерные и мультимедийные технологии и Интернет. Медиа архитектура включает в себя различные объекты (здания, сооружения) с любой формой информации, технологии интерактивных и динамических изображений, которые предназначены для обмена информацией городского сообщества. С помощью цифровых медиа новая архитектура меняет свой внешний облик и социальную роль общественных пространств города. Цифровые потоки данных вторгаются в пространство современного города, трансформируя его, соединяясь с ним. Австралийский урбанист С. МакКуайр пишет, что современный город - это медиа-архитектурный комплекс, возникший в результате распространения пространственных медиа-платформ и создания гибридных пространственных ансамблей [1]. Таким образом, повсеместное распространение цифровых сетей в последние десятилетия привело к созданию медиа архитектуры как нового типа архитектурных объектов.

Целью данной работы является изучение причин, повлиявших на возникновение и развитие медиа-архитектуры.

На создание медиа архитектуры повлияли четыре основных фактора:

- цифровая техника (технический оборот);
- развитие медиа (медиаальный поворот);
- визуализация культуры (иконический поворот);
- массовая культура.

Под термином «поворот» понимается монументальное переосмысление ранее признанных научных утверждений, изменение парадигмы мышления, изменение принципов и стиля философских исследований большинства мыслителей в определенный период времени.

Технологические потрясения всегда были сильным толчком в развитии архитектуры, ее движущей силой. Технологический скачок и цифровая революция стали наиболее значимыми факторами появления медиа-объектов в архитектуре. Новые информационные технологии вызвали кардинальные изменения в архитектурном дизайне и планировке городских пространств.

Новые цифровые инструменты способствовали включению в архитектурную сферу таких качеств, как динамичность архитектуры, разнообразие, анимация. Новые требования к диверсификации использования цифровых инструментов должны были сделать архитектуру не только похожей на живой организм, но и действовать как живая система, реагирующая на действия человека. Другими словами, цифровые технологии призваны обеспечить эффективное взаимодействие между городом и человеком.

Концепция интерактивной архитектуры предполагает создание зданий как пространств общественной активности и коммуникаций, «динамических платформ, способных стимулировать события и общение и приносить удовольствие» [1,2]. Архитектура должна стремиться к диалогу и взаимным реакциям, должна реагировать на сигналы или действия, потому что она получает необходимые технологические инструменты.

Медиа архитектура - это ответ на поставленные задачи. Его интерактивные качества формируются цифровыми технологиями для создания не только визуальной сложности, но и для создания интерфейса, играющего активную роль как в цифровой, так и в физической среде, передавая информацию с помощью визуальных изображений. В результате медиа архитектура становится «соединительной тканью» (связывающим компонентом) между двумя различными реальностями - физическим и виртуальным пространством.

В результате современный город превращается в гибридное пространство, в котором физическое (тектоническое) и нематериальное (виртуальное, цифровое) пространства переплетаются и скрещиваются. В этом гибридном пространстве происходят постоянные коммуникативные процессы взаимопроникновения, постижения нового и выявления невидимых связей, соответствия и ассоциативных рядов. Жилое пространство превращается в подавляющую медиа - среду. Как отмечает С. МакКуайр, «гибридные пространственные ансамбли, рожденные слиянием медиа и других городских транспортных систем, становятся важными стратегическими точками, где политическая организация пространства и общества постоянна» [1].

Еще одним фактором, повлиявшим на преобразование как архитектуры, так и общественных пространств города, стало возникновение и дальнейшее развитие медиа-информационной сферы в XX веке. Быстрое развитие средств коммуникации привело к замене традиционного печатного текста версиями текстов, связанных с киноиндустрией, радио, телевидением, видео, Интернетом, мобильными телефонами и т. д.

Развитие национальных систем вещания в послевоенный период (1950-60 гг.) означало не только «колонизацию» публичных электронных СМИ, таких как радио и телевидение, но и медиа - пространство, которое брало на себя все больше и больше ответственности публичного пространства. Создание новой связующей сети - Интернет позволил медиа превратить монолог в диалог. Социолог М. Кастельс писал, что в современном обществе возникает новая пространственная форма, типичная для социальных практик, которые доминируют в сетевом обществе и образуют космические потоки. По

мнению М. Кастельса, потоки представляют собой целенаправленную повторяющуюся программируемую последовательность обменов и взаимодействий между физически разделенными позициями, которые занимают социальные факторы [3, 4].

Поток цифровых данных - важная часть трансформации современного городского пространства и важный инструмент для понимания сложных форм и динамических сил современной городской жизни. Аккреция медиа и городского пространства открывает целый ряд возможностей. Включение таких устройств, как камеры, датчики движения, устройства радиочастотной идентификации и других датчиков в городскую инфраструктуру и их подключение к компьютерам и базам данных для анализа полученной информации приводит к созданию новых возможностей для организации пространства. Если раньше содержание медиа архитектуры было несколько статичным и полностью зависело от целей и воображения дизайнера, то теперь, с появлением доступного Интернета в тандеме с развитием новых медиа ресурсов, есть возможность создавать объекты, контент которых управляется ссылками на социальные сети, прогнозами погоды, геолокацией и различными данными из Интернета. Сейчас существуют технологии, которые не только удовлетворяют потребности человека, но и предвосхищают их на основе анализа нашего поведения. Все эти факторы меняют имидж медиа архитектуры, а также окружающую среду.

Интерактивность, как характер взаимодействия, повлияла на многие аспекты проектирования и функционирования архитектурного объекта и стала неотъемлемой частью теории и практики многих архитекторов. Примеры интерактивной архитектуры демонстрируют различные подходы к созданию подобной архитектуры. Например, цифровой Водный павильон (архитектор К. Ратти), созданный для универсальной экспозиции в Сарагосе (Испания) в 2008 году, был создан благодаря идее использования воды как динамической текучей субстанции, реагирующей на действия человека.

В-третьих, не менее значимым фактором, который привел к появлению медиа архитектуры, является расширение культурной визуализации общества 21 века. Текущее время можно назвать временем «ока всезнания», когда визуальное восприятие затмевает все другие виды постижения реальности.

Визуальная культура постепенно стала доминирующей формой современной культуры и повседневной жизни современных людей. В 1995 г. У. Митчелл писал, что приток изображений означает «живописный поворот» к фундаментальным изменениям в культуре.

Митчелл предполагает, что наука об исследовании мира больше фокусируется на изображении, чем на тексте со всеми присущими ему метафориками. Переход от вербальных способов передачи информации к визуальным образам получил название «визуальный поворот» или «иконический поворот». Термин «культовый поворот» был предложен немецкими историками искусства в 1994 году [5].

Многие исследователи считают эпохальный поворотный момент в истории результатом изменения роли зрительного образа. Итак, общество

становится полностью современным, когда его главной характеристикой является информация, важнейшей частью которой является изображение, его производство и потребление.

Ориентация на визуальные формы опыта и образы общественной жизни как способ коммуникации стали основными характеристиками современности. Эти визуальные образы и репрезентации в значительной степени формируют социальную идентичность, порождают и распространяют социальную коммуникацию.

Наиболее точным выражением термина «визуальная культура» являются аргументы американского культуролога Н. Мирзоеффа, который считал, что визуализация информации и изображений зависит от глобализации в различных областях культуры, политики, экономики и СМИ, высокой скорости производства и потребления визуальных продуктов, экранность, доминирование визуальных медиа во всех сферах повседневной жизни и ослабление критического мышления [6].

Для целей этого исследования я фокусируюсь на таком феномене современной среды, как экранность. Когда изображение заменяет текст как способ общения между людьми, основное изображение медиа-транспортного средства и медиа-экранов становится основным изображением по отношению к предмету исследования. Многоэкранная медиасреда для современного человека становится повседневной средой [6]. В мегаполисах 21-го века большие и маленькие экраны популяризируются во всем мире и определяют их повседневный образ окружающей среды и способы общения.

Современные люди привыкают находиться между реальной рекламой окружающего трехмерного пространства и виртуальной рекламой больших экранов. Окружая себя образами, человек экранирует реальность (воображает и заслоняет себя от нее более тонкими экранами телевизоров, которые потеряли толщину и слились с «реальностью»). Медиа-городское пространство представляется зоной транзитивности между физическим (тектоническим) пространством измерений, истинной социальной реальностью и виртуальным межэкраным пространством, где существует визуальная эфемерная фигуративно-информативная субстанция. Такие проекты, например, относятся к национальной библиотеке в Минске (Беларусь).

Четвертый фактор, влияющий на появление медиа архитектуры, - массовая культура. С XIX века создание почти бесконечного источника богатства и комфорта, а также устранение социальных ограничений помогли создать новое историческое явление - массовое общество с его особым менталитетом и самобытной культурой. Массовое общество сформировало свою культуру - массовую культуру. Эта культура распространяет свои духовные и материальные ценности на «средний» уровень развития массовых потребителей, широкие слои общества. Общими отличительными чертами являются: максимальная близость к базовым потребностям человека, постоянный рост спроса на его продукцию, ориентация на природную

чувственность и эмоции, простота в производстве потребляемого продукта, качество и т. д.

Еще одна черта, определяемая массовой культурой, - это использование клише, оттиска. Общество нуждается в постоянном подтверждении «великих истин», которые состоят из настоящих вечных истин и одновременно банальности, изложенные с тщательностью и скрупулезной точностью. Художественные клише усваиваются быстрее, апеллируя к существующим устоявшимся, разнообразным знаниям и представлениям. Они помогают человеку ориентироваться в плотном медиапространстве, имеют ссылки на похожие художественные образы и ссылки на целый ряд мотивов и ассоциаций [7]. Русский искусствовед Елена Сальникова подчеркивает, что в симбиозе со знакомыми клише сознание легче улавливает новые концептуальные повороты, новые образы и мотивы, демонстрируя необычное содержание [8].

Итак, подведем итоги. Цифровая эпоха, в которой мы все живем, порождает совершенно новое пространство человеческой жизни – медиа - среду с объектами медиа архитектуры, которые считаются существенными элементами. Из редкого и экзотического явления городской жизни медиа-архитектура становится все более доступным, распространенным и повседневным элементом городского пространства. При этом, если визуальные и интерактивные компоненты медиа архитектуры долгое время рассматривались как дополнение к основному архитектурному объему, своего рода «украшение», не способное существовать самостоятельно (медиа - экраны и медиафасады), то теперь они рассматриваются как самостоятельное явление [9, 10]. Если архитектура подразумевает сложное восприятие ее как пространственного искусства, включая как визуальные, так и кинестетические, а также слуховые и тактильные типы восприятия, то создается медиа архитектура, ориентированная исключительно на визуальное восприятие, и посредством чего возникает стремление к упрощению и ясности информации к аудитории. Феномен медиа архитектуры в современной культуре определяется ее способностями создавать новые формы коммуникации и воздействия на человеческое сознание, а также создавать качественно новую гибридную городскую среду, предполагающую не только восприятие объективной реальности, но и участие в построении искусственный мир виртуальной реальности.

Список литературы:

- 1 МакКуайр С. Медиа-город: СМИ, архитектура и городское пространство. - М.: Лондон: Sage Publications, 2010. – 228 с.
- 2 Добрицына И.А. Новые проблемы архитектуры в эпоху цифровой культуры. - М.: Academia 4, 2013. – 42–53 с.
- 3 Назарова М.П. Архитектурное пространство города: культурный аспект
Новости

- Воронежского государственного педагогического университета, 2013. - 73–7 с.
- 4 Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. - М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – 608 с.
- 5 Митчелл Дж. Что такое визуальная культура? – Принстон: Принстонский институт перспективных исследований, 1995. – 207 с.
- 6 Thomas Juel Clemmensen. (2014), The management of dissonance in nature restoration. *Journal on Landscape Architecture* 08/2014; 9(2):54-63.
- 7 Ратти С. и Клодель М. Город будущего: датчики, сети, хакеры и будущее городской жизни (Нью-Хейвен: издательство Йельского университета), 2006. – 192 с.
- 8 Сальникова Е. Визуальная культура в медиасреде. Современные тенденции и исторические экскурсии. – М.: Москва: Progress Tradition Press, 2017. – 552 с.
- 9 Брынсков М., Дальсгаард П., Эбсен Т., Фритч Дж., Хальсков К. и Нильсен Р. «Постановка городского взаимодействия с медиафасадами» IFIP TC13 Int. Конф. on HumanComputer Interaction, (Берлин), 2009. - 154–67 с.
- 10 Птичникова Г. и Антюфеева О. Искусство в архитектурном пространстве современного города, 2017.