

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт архитектуры и дизайна
Кафедра «Градостроительства»

На правах рукописи

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
И.В. Кукина
Подпись инициалы, фамилия

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

КАЧАЕВА Наталья Александровна

**«Организация медийной городской среды как части социального
пространства в историческом центре г. Ачинска»**

07.04.04 «Градостроительство»
07.04.04.03 «Визуальные коммуникации (цифровое искусство) Visual
Communications (Digital Art)»

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт архитектуры и дизайна
Кафедра «Градостроительства»

На правах рукописи

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И.В. Кукина
Подпись инициалы, фамилия

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме магистерской диссертации**

Студентке Качаевой Наталье Александровны
Группа АФ 19-03М Направление 07.04.04 «Градостроительство»,
07.04.04.03 «Визуальные коммуникации (Цифровое искусство) Visual
Communications (Digital Art)»

Тема выпускной квалификационной работы: ОРГАНИЗАЦИЯ МЕДИЙНОЙ
ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ КАК ЧАСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА В
ИСТОРИЧЕСКОМ ЦЕНТРЕ Г. АЧИНСКА

Утверждена приказом по университету № _____ от _____

Руководители ВКР:

Доцент кафедры «Дизайн архитектурной среды» ИАиД СФУ ИАиД СФУ
Жоров Ю.В.

Кандидат архитектуры, зав. кафедрой «Дизайн архитектурной среды»
С.А. Истомина

Официальные рецензент ВКР Кандидат архитектуры, зав. Кафедрой
«Архитектурного проектирования» О.Н. Блянкинштейн

Перечень разделов ВКР:

1 ГЛАВА. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АДАПТАЦИИ ГОРОДСКИХ
ПРОСТРАНСТВ.

1.1 Понятие «медииности» городской среды, как инструмента
формирования современного пространства. Процесс перехода от средств
массовой коммуникации к геомедийным городам.

1.2 Оценка применяемых в мире способов регламентирования средств
передачи информации.

1.3 Факторы, определяющие восприятие медииных импульсов, для
социально-архитектурной среды.

1.4 Мировой опыт ревитализации культурно-исторических центров.

2 ГЛАВА. ОСНОВАНИЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МЕДИЙНОЙ СТРУКТУРЫ В
ИСТОРИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ГОРОДА АЧИНСКА.

2.1 Методика формирования медииных пространств в городских центрах.

2.2 Анализ функциональной и архитектурно-пространственной структуры
исторической части города Ачинска

3 ГЛАВА. ПРАКТИЧЕСКАЯ АПРОБАЦИЯ МЕТОДА ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИЙНЫХ ПРОСТРАНСТВ НА ПРИМЕРЕ Г. АЧИНСКА.

**3.1 Ревитализация исторического центра в системе города с целью
медиатизации среды.**

**3.2 Формирование информационного социального пространства внутри
проектной территории на основе метода «формирования медийных
пространств в городских центрах».**

**3.3 Локализация объектов, завершающих организацию медийной
городской среды в историческом центре города Ачинска**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Список использованных источников

Приложения

Перечень графического материала:

графическая экспозиция магистерской диссертации в общем объеме 12
м²; том машинописного текста (73 стр.).

Руководитель _____ Доцент кафедры «Дизайн
архитектурной среды» ИАиД СФУ ИАиД СФУ Жоров Ю.В.

Руководитель _____ Кандидат архитектуры, зав. кафедрой
«Дизайн архитектурной среды» С.А. Истомина

Официальные рецензент _____ Кандидат архитектуры, зав.
Кафедрой «Архитектурного проектирования» О.Н. Блянкинштейн

Задание принял к исполнению _____ Качаева Н.А.

« ____ » _____ 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1. Теоретические аспекты адаптации городских пространств.....	13
1.1 Понятие «медийности» городской среды, как инструмента формирования современного пространства. Процесс перехода от средств массовой коммуникации к геомедийным городам.....	13
1.2 Оценка применяемых в мире способов регламентирования средств передачи информации.....	18
1.3 Факторы, определяющие восприятие медийных импульсов, для социально-архитектурной среды.....	22
1.4 Мировой опыт ревитализации культурно-исторических центров.....	24
2. Основание для развития медийной структуры в исторической части города Ачинска.....	27
2.1 Методика формирования медийных пространств в городских центрах.....	27
2.2 Анализ функциональной и архитектурно-пространственной структуры исторической части города Ачинска.....	46
3. Практическая апробация метода формирования медийных пространств на примере исторического центра города Ачинска.....	49
3. 1 Ревитализация исторического центра в системе города с целью медиатизации среды.....	49
3.2 Формирование информационного социального пространства внутри проектной территории на основе метода «формирования медийных пространств в городских центрах».....	52
3.3 Локализация объектов, завершающих организацию медийной городской среды в историческом центре города Ачинска.....	52
Заключение.....	59
Список используемых источников.....	61
Работы, опубликованные по теме диссертационного исследования.....	67
Приложение	68

ВВЕДЕНИЕ

Городское планирование подразумевает проектирование земли под различные инфраструктурные, общественные пространства, общественно-деловые районы, парки, жилые комплексы, подобный подход не учитывает проектирование медийной среды и объектов передачи информационных сетей. Информационно-коммуникационные пространства в городской структуре возникают стихийно – спланировать их развитие становится сложной задачей из-за быстрого темпа развития технологий, из этого следует, что последствия их использования невозможно предсказать. Медийные объекты формируют вокруг себя нового рода пространства, способные создать виртуальный образ города, который порождает обновленное представление о месте и налаживает новые диалоги и ощущения. В связи с отсутствием спланированного развития подобных пространств современному городу приходится самостоятельно перестраиваться без вмешательства специалистов. На сегодняшний день ощущается потребность к управлению медийными пространствами города как в крупных городах, так и в малых. Необходимость появляется благодаря возникновению новых медийных потоков, выраженных в большей степени рекламной направленности. Подобные потоки не предназначаются для улиц и дорог с магистральным пешеходным и транспортным передвижением, так как могут отвлекать участников движения, замедляя непрерывное перемещение и создавать аварийные ситуации, а в жилых зонах – местах, где человек отдыхает, допустима только навигационная информация, в целях психологического расслабления.

Сегодняшний вектор развития медийной среды нацелен на привлечение горожан к каким-либо объектам и пространствам города. С помощью введения новых средств коммуникаций можно заметно преобразить жизнь и ощущение места, создать новый образ территории, повышающий рейтинг её использования. Интернет-трафик на смартфонах

пользователей, оставляющий цифровой след, может отобразить наиболее предпочтительные места для проведения досуга, работы и отдыха – такая информация позволяет собрать различного рода данные о пространстве, которыми могут пользоваться урбанисты нынешнего и будущего времени. При помощи полученных данных можно отследить слепые зоны городского пространства, переорганизовать семантику города, изменяя восприятие зданий, сооружений, площадей и других элементов городской структуры, что приведет к повышению спроса на территорию.

В современных городах медиатехнологии видоизменяют взаимодействие с городом, создавая новую семантику места и возможности для более глубокого вовлечения граждан в контакт с общественными пространствами, меняя их конфигурацию через невидимую виртуальную жизнь города. В малых городах подобных пространств значительно меньше, жители остаются не затянутыми в процесс коммуникации с городом, поэтому место отдыха зачастую зависит от функционального насыщения зданий и сооружений, упуская возможность досуга в открытых пространствах. Помимо мест отдыха, средства коммуникации способны так же скоординировать невидимые и видимые маршруты для удобной навигации от места к месту, что упростит диалог между человеком и городом.

Город Ачинск имеет изолированный исторический центр, сохранивший в себе среду времени, связывающий собой две значимые части города – жилой нынешний центр с крупными производственными зонами и жилую часть с точкой притяжения – железнодорожный и автобусный автовокзалы. На территории остро ощущается проблема непривлекательности исторической среды города для проведения досуга и отдыха, а так же наблюдается функциональная скудность зданий и сооружений внутри исследуемой территории. Сформулированный в диссертации метод формирования медийных пространств с

использованием инновационных материалов, технически оснащенных объектов и сооружений позволит создать необходимое общественно-социальное пространство в городе, возрождающее уникальность и имеющее туристическую значимость для города Ачинска.

Состояние вопроса:

Исследования на тему «медиа» и производных от него терминов в отечественном дискурсе начинают появляться всё чаще, в основном базируясь на исследованиях зарубежных коллег. В России большинство статей по теме представляются преподавателями Высшей Школы Экономики, часть исследований в большей степени связаны с изучением медиа в СМИ, а не в аспекте города. В зарубежных исследованиях медийный город выступает в качестве объекта наблюдения, контроль развития за которым не предусматривается, так как средства коммуникации только начинают внедряться в структуру города, и значительных причин для надзора на данный момент не требуется. Ощущается острый недостаток исследований в области регламентирования медийной информации в городе, а также методов и способов комплексного расположения средств коммуникаций.

Понятие «информационного пространства», введенное О.В. Кедровским, часто применяемое в постсоветском пространстве как синоним к слову «медиа» (используемое в то время за рубежом), широко применявшееся в 90-х годах, уже спустя десятилетие заменяется тождественным понятием «медийного пространства», значение которого в зависимости от разных источников имеет разную трактовку.

Прежде рассмотрим понятие «медиа», в общем смысле понимаемое как средство коммуникации, но в зависимости от разных источников имеет разную формулировку. Гарольд Иннис и Маршалл Маклюэн в 1950-60-ые годы впервые обсуждают термин в контексте техники, такой как радио,

печать, телевидение, телеграф, автомобиль, а так же электрический свет относят к части медиа, поскольку тот является чистой информацией – средством коммуникации без сообщения. Так же Маклюэн [3] подразделяет все средства коммуникации на два типа объему транслируемой информации: холодные, которые включают в себя «скучное количество информации» и обратные - горячие, расширяющие чувство до состояния наполненностью данными. По тому же принципу классифицирует города на холодные и горячие, характеризующиеся разной степенью информативности. Одним из важных популистов термина является Скотт Маккуайр [1][2], указывающий, что раньше под «медиа» подразумевали телеграф, радио, технику, но с развитием технологий, к данным предметам коммуникации так же добавляется интернет, фотографии и современные технологии, такие как мобильный телефон, GPS трекинг, Wi-fi роутеры.

Медиа формируют в городе нового вида пространства, расширяя способ взаимодействия человека с архитектурой и улицами города. В широком смысле под медийными пространствами следует считать образуемое пространство различными средствами коммуникации. Однако многие теоретики анализируют термин по-разному, Евгения Ним [5][6][10] выделяет 5 подходов к определению смысла феномена: текстоцентричный, структурный, территориальный, технологический и экологический подход. В своей статье Медиапространство: основные направления исследований авторка изучает понимание медийного пространства популярных теоретиков: Ника Коулдри и Анны Маккарти, Андре Янссона и Джесспера Фолкхаймер, Пауля Адамса, на основе изученного материала выделяет три измерения медиапространства: *медиированное пространство* – пространство, образуемое масмедиа, предписывающие новое значение и смысл месту, *медиатизированное пространство* – среда распространения

медийных технологий, *пространство медиа* – имеет как физическое, так и «виртуальное» расположение.

На протяжении XX века средства массовой коммуникации располагались стационарно – неотрывно от места их нахождения, исключением служат газеты, афиши и транзитные радиоприемники. В современности медиатехнологии перетекают в понятие «геомедиа», которое расширяет границы восприятия города человеком благодаря видимым и невидимым мобильным и встроенным средствам коммуникации, данный термин вводит Скотт Маккуайр[2]. Путь от медийного пространства к геомедиа по мнению автора достигается четырьмя шагами: доступность медиа «в любом месте в любое время», появление геоинформационных систем, возможность проведения прямого включения с обратной реакцией, конвергенция средств коммуникации – объединение нескольких ранее существовавших функций в одном устройстве.

Объектом исследования является историческая часть города Ачинска.

Предмет исследования – медийно-социальная историческая среда.

Границы исследования – исторический центр города Ачинска в границах улиц Пузановой, Щеткина, Урицкого, Пионерский перекресток.

Цель исследования – Создать на базе исторической части города Ачинска медийное социальное пространство, задачей которого является ревитализация исторического центра.

Задачи:

1. Изучить развитие и значение термина «медиа», сравнив зарубежный и отечественный опыт.

2. Выявить комплексный подход к формированию медийного пространства в городской структуре.
3. Проанализировать существующее положение города Ачинска.
4. Сформулировать метод формирования медийных пространств в городской структуре.
5. Повысить посещаемость и привлекательность исторического центра города Ачинска посредством организации комплексного медийного пространства.
6. Произвести ревитализацию проектной территории на основе сформулированного метода.

Методология и методы диссертационного исследования:

Изучение научных трудов по заданной тематике; анализ и сравнение зарубежного и отечественного опыта применения медийных социальных пространств в городской структуре; исследование картографических, архивных, а также геоинформационных данных; визуальный анализ объектов исторической части города Ачинска путем натурного обследования, пространственного моделирования и эскизного проектирования.

Научная новизна:

- Разработан метод формирования медийных социальных пространств в исторической городской структуре.
- Сформулированы существующие способы регламентирования медийной информации.
- Предложена концепция развития исторической части города Ачинска посредством организации комплексного медийного пространства.

Теоретическая и практическая значимость:

Результаты исследования имеют теоретическую значимость поскольку затрагивают актуальный вопрос внедрения технологического прогресса в пространство города.

Путем разработанных научных методик исследования исторической части города Ачинска были сделаны выводы о возможности создания медийного городского пространства, которое бы имело культурную, историческую, туристическую значимость для города. Медийная составляющая исторической части способна обратить внимание на историческое содержание объектов и пространств.

Общая структура работы

Работа представлена в одном томе. Том включает в себя – 83 страниц: введение, главу 1 «Теоретические аспекты адаптации городских пространств», главу 2 «Основание для развития медийной структуры в исторической части города Ачинска», главу 3 «Практическая апробация метода формирования медийных пространств на примере исторического центра города Ачинска» заключение, список использованных источников, приложение А «Первая глава», Приложение Б «Вторая глава», Приложение В «Третья глава».

Основные положения, выносимые на защиту:

- результаты анализа развития терминологии медийности в городском пространстве.
- оценка существующих методов регламентирования средств передачи информации.
- ревитализация исторического центра города Ачинска, с помощью практической апробации разработанного метода формирования медийных пространств.

- Освещение объектов, способных завершить формирование медийного пространства.

1. Теоретические аспекты адаптации городских пространств.

1.1 Понятие «медийности» городской среды, как инструмента формирования современного пространства. Процесс перехода от стационарных средств массовой коммуникации к геомедийным городам.

Термин «медиа» переводится с латиницы medium в значении «посредник», в данном значении подразумевается средство коммуникации, однако в зависимости от автора и времени термин имеет разную трактовку. Одним из основоположников понятия является Маршалл Маклюэн, в своих трудах «Понимание медиа Внешние расширения человека» [3] под медиа он подразумевает любое внешнее «расширение человека», значит, что помимо телеграфа, автомобиля, телефона, радио, кино, телевидения, так же относит устную речь, одежду, предметы быта. Подобный подход размывает границы понятия медиа, и уже в современности находятся другие подходы к пониманию термина. Автор подразделяет все средства коммуникации на два типа: холодные, которые включают в себя «скучное количество информации» и обратные - горячие, наполненными данными. По тому же принципу классифицирует города на холодные и горячие, характеризующиеся разной степенью информативности.

Популист термина Скотт Маккуайр [1], как и Маршалл Маклюэн, исключая «расширения человека», утверждает, что под медиа стоит понимать средства коммуникации, связанные с техникой, но сюда же относит и новые достижения человечества – интернет, GPS устройства, wi-fi, мобильные телефоны. Автор утверждает, что в конце 20 века все предметы техники располагались стационарно, а с начала 21 века повсеместно применяются мобильные устройства, интернет-каналы,

которые постепенно преобразуют город в геомедиа [2], что означает реализацию 4-х ступеней:

1. Мобильные и встроенные средства коммуникации, подключенные к расширенным цифровым сетям, превращают город в медиапространство («в любое время, в любом месте») в геомедиа.
2. Появление у медиаустройств функции геолокации. ГИС существуют с 1960-х, но с 2000-х применение геолокации благодаря мобильным телефонам становится повсеместным.
3. Появление прямых эфиров, которые обладают обратной связью. Возникает термин «медиасобытие».
4. Процесс конвергенции - объединение нескольких функций устройств в одном.

Главным отличием геомедийных городов от сети медийных пространств является отсутствие пробелов в медийной информации города, его наполненность средствами коммуникации с невидимыми и видимыми путями и бесконечным потоком информации «в любое время и любом месте».

Параллельно русификация термина привела к упрощению понимания медиа, означающее лишь средство коммуникации, а в понимании общественности чаще использовалось как синоним для СМИ. Авторы учебника для ВШЭ «История и теория медиа» А.А. Новикова и И.В. Кирия [20] в своем труде подробно анализируют средства коммуникации и медиа в зарубежных странах и России, приходя к выводу, что в отечественном восприятии термин чаще связывают со средствами массовой коммуникации. Авторы разделяют теории о «медиа» на три направления: социальные, философские, лингвистические, - исключая техническое направление медиа, соотносящиеся к информатике.

Евгения Ним [5], являясь доцентом ВШЭ, основываясь на трактовках зарубежных теоретиков, классифицирует подходы к пониманию медиа на 5 направлений:

- 1) текстоцентричный подход – медиапространство рассматривается как совокупность всех медийных текстов, где преобладает текстовая и речевая информация;
- 2) структурный подход – медиапространство понимается как институт, социальное поле, система средств массовой коммуникации;
- 3) территориальный подход («рыночный») – медиапространство понимается как медийный рынок или информационное поле региона (города, страны);
- 4) технологический подход – медиапространство представлено «виртуальной» реальностью, поддерживаемой с помощью осязаемых предметов - технологий;
- 5) экологический подход – медиапространство - глобальная среда обитания, вникающая во все сферы человеческой деятельности.

В зарубежных трудах Ника Коулдри и Анны Маккарти «Медиапространство: Место, Масштаб и культура» (2004) [74] авторы подчеркивают взаимосвязь медиа и пространства. Электронные средства коммуникации (медиа) все больше пронизывают повседневную жизнь образами иных мест (воображаемых или реальных), становится сложно говорить о пространстве с осязаемой или видимой точки зрения. По мнению авторов, медиапространство – это понятие, отражающее, как медиаформы формируют и сами формируются существующим пространством. Медиапространство рассматривается как нечто физическое, имеющее кабеля, сервера, передатчики, возможно дисплеи, но так же и способное иметь «виртуальность» - неосязаемость, что

позволяет формировать нового вида пространства, однако они будут зависеть от своей физической составляющей, например – отключение подачи электричества. Также медиапространства находятся «между», т.е. являются путями коммуникации или «тропами», позволяющими соединять на расстоянии объекты, людей, например, разговор по телефону.

Авторы определяют 5 способов анализа медиапространства:

- 1) Изучение медиаобразов – итогов подобного пространства.
- 2) Анализ того как медиапространства видоизменяют конфигурацию окружения.
- 3) Понимание медиапространств с двух сторон медиапроцесса.
- 4) Изучение причин, из-за которых люди прибегают к невидимым «тропам», либо наоборот избегают их и предпочитают прямое общение.
- 5) Анализ как внедрение медиапространства ощущается человеком.

Тему продолжают Андре Янссон и Джеспер Фолкхаймер «Географии коммуникации: пространственный поворот в медиа-исследованиях» (2006) [75], акцентирующие внимание на необходимости создания новой дисциплины, изучающей медиакоммуникации. Авторы утверждают, что прежние теории создают четкие границы между средством коммуникации и человеком, их понимание отражает в себе идею схожую с современным пониманием, что медиа производят пространства. Их новое понимание медиа включает в себя взаимосвязь 3-х категорий: мобильность (как людей, так и технологий), интерактивность (дающее взаимодействие) и конвергенцию (функции нескольких технологий сливаются в новом средстве коммуникации).

Пауль Адамс в 2009 году «География медиа и коммуникации» [76] предлагает анализировать медиа и их пространства в 4-х направлениях:

- 1) Медиа в пространстве – обозначение, где медиа располагается, какую имеет форму, техническое оснащение – каналы.
- 2) Пространства в медиа – пространства без физического обозначения, т.е. не имеющие географические координаты, чаще представленные «виртуальностью».
- 3) Места в медиа – механизмы, позволяющие местам, объектам обретать образы и значения через средства коммуникации.
- 4) Медиа в местах – изучение правил использования медиа в каком-либо месте.

Стоит отметить, что появляются новые значения медиа, такие как социальные сети, блоги, виртуальные образы и ассоциации места.

Изучив вышеперечисленный материал, появляется необходимость обозначить доступные на сегодняшний день формы передачи информации через средства коммуникации для подробного изучения способов их регламентирования, на основе которых будет сформулирован «метод формирования медийных пространств в городских центрах».

Формами передачи информации для средств коммуникации являются: текст, звук, изображение, интерактивность, анимация, видео и свет. В городской структуре такие формы проявляются в виде: навигационной, рекламной информации, вывесок, световых информационных потоков, электронных щитов, баннеров, звуковых оповещений и иных объектов.

Медийное пространство проявляется не только в физических аспектах и формах передачи информации, но и в виртуальных образах места, эмпирическом отношении к месту, передающемуся через средства коммуникации, т.е. пространство, формируемое медийными объектами, приобретает ассоциативные ряды, распространяющееся через блоги, сайты, статьи.

1.2 Анализ применяемых в мире способов регламентирования средств передачи информации.

Изучив доступные исследования и открытые источники информации, выведено, что к сегодняшнему дню не существует комплексного подхода формирования медийной среды города, но применяются подходы нормирования отдельных форм передачи информации см. Табл.1.

Форма передачи информации	Возможность регламентирования	Пример регламентирования	Пример
Текст	Габаритные размеры; цветовая палитра; количество букв; количество слов; разрешенный тип информационных конструкций; горизонтальная и вертикальная оси размещения объектов; выступание элемента над плоскостью фасада; возможность подсветки; регламентация на размещение внутри окон, витрин, светопроникающих элементов фасада;	Проекты дизайн-кода города.	Дизайн-код Тобольска[21]; Дизайн код Архангельска [22]
Изображение	Цветовая палитра; габаритные размеры; разрешенный тип информационных конструкций; горизонтальная и вертикальная оси размещения объектов; возможность подсветки; регламентация на размещение внутри		

	окон, витрин, светопроникающих элементов фасада;		
Анимация и видео	Горизонтальная и вертикальная оси размещения объектов; габаритные размеры; скорость смены информационных потоков; яркость подсветки;		
Звук	Предельный уровень постоянного общего шума (дБА); предельный уровень отдельных объектов в городе (дБА); разрешенные способы снижения уровня шума;	СНиП и СанПиН.	ГОСТ 12.1003-83 ССБТ. Шум. Общие требования безопасности[42]; СН 2.2.4/2.1.8.562-96[43]
Интерактивность	Горизонтальная и вертикальная оси размещения объектов; габаритные размеры объекта; габаритные размеры экрана взаимодействия; количество интерактивных объектов к площади; яркость подсветки;	Точечный план расстановки объектов; проект умного города.	Проекты умных парковок(ParkWhiz, ETCP, Get My Parking.), умной энергетики(Gridcure, Varentec, Dispatchr..), планирования городов(Mapillary. Calthorpe Analytics. Civic Insight.), умный транспорт (Shuttle Urbee.. Ubike.), датчики окружающей среды (Clarity Movement. Plume Labs.), логистика (Transloc. Swiftly Ridlr.), связность сетей (Purple WiFi. Veniam.), водоизмерители (Ayyeka. WaterSmart Software. Rachio), Системы чс (One Concern Pear. Zenysis), управление мусором

			(ZeroCycle. AMCS Group.) [48]
Свет	Горизонтальная и вертикальная оси размещения объектов; цветность света; уровень света;	Световой дизайн города.	Студия SDEL под руководством Роже Нарбони [12]

Табл. 1. Существующие примеры регламентирования медийной информации по формам передачи.

Дизайн-коды Тобольска [42] и Архангельска [43] являются примером регламентирования информации в виде текста, изображения, анимации и видео. Подобные проекты выстраивают правила для владельцев зданий, позволяющие сформировать комфортную городскую среду, свободную от загрязнения информационными потоками, акцентируя внимание на важной информации, например, навигационной.

Шумовое загрязнение регламентируется государственными нормами, такими как СанПин, СН, ГОСТЫ. Сравнив зарубежные и отечественные нормы, можно прийти к выводу, что граждане России наиболее защищены от воздействия шума, где ПДУ достигает до 80 дБА, в то время как в Канаде, ЕС – 87 дБА, а в США, Китае, Индии – 90. Но подобный подход не подразделяет территорию города на различные категории, например, в жилой зоне предельно-допустимый уровень будет таким же, как в общественной зоне, рядом с загруженной транспортной сетью.

Интерактивные объекты представлены чаще планом с нанесением точечных медийных объектов развлекательного характера, а также системами «умного города», подобные проекты подразделяются автором статьи электронного ресурса [48] на 10 типов: умные парковки, умная энергетика, планирование городов, умный транспорт, датчики окружающей среды, логистика, связность сетей, водоизмерители, системы ЧС, управление мусором.

Студия SDAL под руководством Роже Нарбони [12] предлагает концепции светового дизайна для многих городов, одним из них является город Нант, Франция. Основной задачей выступает разделение городского освещения на несколько уровней, которые бы отражали информацию, зашифрованную в цветности и яркости освещения, выделяя: въезды в город, главные и второстепенные улицы, пейзажное освещение – парковое, подсветка достопримечательностей и значимых мест города, такие как церкви, администрации.

Медийное пространство включает в себя все приведенные в таблице 1 формы передачи информации (текст, изображение, анимацию, видео, текст, интерактивность, свет), соответственно для комплексного подхода следует применять перечисленные примеры регламентирования территории: дизайн-код, схема ограничения шумового воздействия, точечный план расстановки медийных объектов, системы «умного города», световой дизайн.

1.3 Факторы, определяющие восприятие медийных импульсов, для социально-архитектурной среды.

Семиотика города, исследующая знаковые системы города, способна видоизменять восприятие горожанами пространство улиц и площадей. Для понимания, как изменится после внедрения медийных объектов диалог между человеком и местом, необходимо понять существующие семиотические смыслы, изучить образ города. Чтение и ощущение окружающего пространства зависит от архитектурных стилей зданий и сооружений, от расположенных навигационных, рекламных и информационных объектов, их уникальности.

Навигационные, рекламные и информационные объекты чаще представлены в городе в следующих формах передачи информации: текст, изображение, видео (анимация) и свет. Все объекты для создания образа

среды следует располагать по двум аспектам: функциональному (определяет информационный посыл и эргономические характеристики) и художественно-эстетическому (формирует образ коммуникативных систем, основанный на эмоциональном ощущении) (М.А. Силкина) [16]. При проектировании следует обеспечить восприятие средства передачи информации, достигаемое с помощью подбора расстояния и размера объекта коммуникации:

- близкое расстояние – до 1 метра;
- среднее расстояние – около 5 м;
- дальнее расстояние – 10 м и более.

Проведен анализ мировых стандартов проектирования и размещения информационных объектов, вся информация делится в большинстве случаев по категориям пользователей: пешеход, автомобилист, физические ограничения и способности.

Информацию, применяемую в городских пространствах можно разделить на два типа: информация для чтения в течение какого-то временного отрывка (с расстоянием до 1м) и общая информация (навигационная), которую человек быстро считывает (в среднем от 5м).

Обязательные нормы размещения информации в городе назначаются только для маломобильных групп населения, для остальных потребителей информации нормирование может носить только рекомендательный характер. В СП 136.13330.2012 «Здания и сооружения. Общие положения проектирования с учетом доступности для маломобильных групп населения» [77] отмечается, что для слабовидящих уровень размещения информации должен быть от 1150 до 1650 мм, для инвалидов колясочников от 850 мм до 1350 мм. Например, Э. Смитшуйцен [78] определяет высоту взгляда среднего человека – 1600 мм и инвалида-

колясочника – 1250 мм и предлагает размещать информацию на стойках от 900 до 1200 мм, для информационных стендов высота размещения - от 1200 до 1800, для карт и схем – от 900 до 2400 мм. И оптимальной высотой для любых информационных объектов, по мнению автора, является диапазон от 1200 до 1400 мм (см. Приложение А-1).

Сегодня информация может располагаться на уровне взгляда прохожего, автомобилиста, находиться выше него, ниже и под ногами, а также может быть «невидимой» без средств коммуникации (мобильного телефона). Размещается информация чаще на вывесках и рекламных конструкциях, которые имеют свою типологию.

Вывески подразделяются на три типа: основные вывески (с подложкой, без подложки, световой короб), панель-кронштейны (с подложкой, без подложки, светопрозрачные конструкции, с подсветкой), таблички (информационный указатель и общий, с подсветкой) [42].

Типология рекламных конструкций делится на: рекламный стенд, стенд сити-формат (часто встречающийся на многолюдных улицах вдоль дороги), билборд, видеоэкран, рекламный брендмауэр, крышная установка. Характеристика рекламных конструкций зависит от: типа размещения (отдельно стоящая конструкция, размещенная на здании или сооружении, совмещенные с элементами городской среды), формата информационного поля (малый формат – площадью не более 4,5 кв.м., крупный формат – более 4,5 кв.м.), размера информационного поля, типа информационного поля (статичное, призмадинамическое, скроллерное, светодиодное), типа подвески [42].

1.4 Мировой опыт ревитализации культурно-исторических центров.

Одной из задач стратегий развития городов являются меры по сохранению исторического и культурного наследия, образности улиц,

поддержанию архитектурной идентичности. Ниже изучаются примеры реконструкции и реновации городов, на основе которых выявлены подходы сохранения исторического наследия с внедрением, в некоторых примерах, медийных объектов (см. Приложение А-3).

Концепция реконструкции Иркутских кварталов [47] подразумевает наполнение существующих исторических объектов новыми функциями, способными ревитализировать – возобновить внимание пользователей к территории. Основной принцип, задающий планировку для новых пространств – восстановление утраченных исторически сложившихся красных линий.

Проект размещения объектов паблик-арта в историческом и существующем центрах города Тобольска [42] иллюстрирует пример точечного расположения медийных объектов, преследуя принцип визуальных акцентов, усиливающих культурный диалог между местом, объектом и пользователями территории.

Возрождение исторического центра Тулы [46] иллюстрирует пример слияния общественных и музейных функций в едином квартале, где культурные здания получают заработка за счет размещения в них коммерческих объектов: магазинов, кафе, офисов, гостиниц и учебных заведений.

Ренновационно-ревитализационные работы в историческом центре города Табzon (Турция) [39] привлекают горожан к месту с помощью светового оформления, встроенного в покрытие, и очищения фасадов от медийной рекламной информации.

Проект реконструкции музеиного квартала в Вене [79] является примером контрастного внедрения новой архитектуры в историческую. Стоит отметить, что контраст достигается материалами, а форма зданий подобрана нейтральной.

Комплексное переустройство и музейное сохранение археологического парка при замке Калафель в Каталонии [80] привлекает посетителей за счет организации спланированной навигации, виртуального маршрута и размещения интерактивных знаков, обращающих внимание к историческим объектам.

Анализ реконструкции и реновации исторических кварталов выявил следующие основные общие принципы сохранения существующего образа и архитектурной идентичности места (см. Приложение 2):

1. Сохранение визуальной масштабности застройки.
2. Сохранение морфотипов квартала/района/планировочного элемента.
3. Воссоздание или унаследование функций территории.

Выводы первой главы:

Подробный анализ научных исследований позволил описать путь развития от «информационного пространства» к «медийному пространству» и в конечном итоге к геомедийным городам.

Изучив проблематику заимствования термина «media», сформулировано общее определение, подходящее для диссертационного исследования. Медиа – это средство передачи информации в доступных формах, таких как: текст, звук, изображение, интерактивность, анимация, видео и свет.

На основе выведенного определения рассмотрены применяемые методы регулирования медийной информации, в ходе исследования подчеркнуто отсутствие комплексного подхода к формированию медийного пространства города. Для формирования целостной медийной среды предлагается организация на территории: дизайн-кода, схемы

ограничения шумового воздействия, точечного плана расстановки медийных объектов, систем «умного города», светового дизайна.

Сформулированы принципы сохранения исторического наследия: сохранение визуальной масштабности застройки; сохранение морфотипов квартала/района/планировочного элемента; воссоздание или унаследование функций территории; поддержание идентичности места.

2. Основание для развития медийной структуры в исторической части города Ачинска.

2.1 Базовый принцип формирования медийных пространств в городских центрах.

Акцент транслируемой информации в городских пространствах постепенно смещается со стороны навигационной в рекламную и развлекательную функции. Такая тенденция отвлекает внимание пешеходов и водителей от транзитного перемещения: одна информация заставляет остановить движение, другая информация не позволит разглядеть нужный навигационный знак. В жилых кварталах, где человек отдыхает, чрезмерная информация не даёт нужной психологической разгрузки.

Метод подразумевает распределение городской структуры на медийные уровни, основываясь на анализе инфраструктуры городской сети и функционального использования территории, создает ограничения и разрешения на размещение информации и комплексную схему для дальнейшей расстановки отдельных медийных городских объектов. (см. Приложение Б-7)

Средством метода выступает разделение общественной городской среды на 5 зон по степени регламентации: жилая, транспортная,

пешеходная, навигационная и наполняющая (1- наиболее ограниченная в применении медийной информации, 4 – наименее ограниченная).

Наименование зоны	Жилой уровень	Транспортный уровень	Пешеходный уровень	Навигационный уровень	Наполняющий уровень
Расположение	Жилые зоны	Магистральные городские дороги, Магистральные улицы общегородского значения, Магистральные улицы районного значения	Улицы, проезды, пешеходные транзитные пути	Входные зоны, остановки общественного транспорта, городские ориентиры (внутри часто посещаемых зон)	Общественные пространства
Цель регламентирования	Ограничить любой вид медийной информации, кроме навигационной.	Снизить количество отвлекающих факторов и объектов для водителей, повысить внимание на передвижении. Исключить изображение, интерактивные и анимационные объекты.	Создание комфортного и быстрого перемещения пешеходов и водителей из пункта А в пункт Б. Исключить интерактивные и анимационные объекты, заставляющие человека «остановить взгляд». Одновременно создать разнообразие и навигационную информативность среды через ненавязчивую подсветку точек притяжения.	Основная роль медийной информации – навигационная. Разрешаются интерактивные объекты, упрощающие ориентированное.	Насытить пространство различными медийными объектами, привлекающими пользователей. Объем холодной информации не должен преобладать над горячей информацией (ограничения рекламы).

Приоритет	Текст,	Текст, изображение, свет*	Текст, изображение, свет*	Текст, изображение, интерактивность, свет	Текст, изображение, звук, интерактивность, анимация, видео, свет
Запрет на использование	изображение, звук**, интерактивность, анимация, видео, свет***	Звук**, интерактивность, анимация, видео, свет	Звук**, интерактивность, анимация, видео	анимация, видео.	

Табл. 2. Расположение медийных уровней по методу формирования медийных пространств. * - разрешается только навигационное городское освещение (фонарные столбы разных уровней) и подсветка городских ориентиров. ** - разрешается только оповещения о ЧС, *** - разрешается только навигационное городское освещение

Нанесение уровней (см. Приложение Б-4) на городскую схему происходит по их расположению в табл. 2. После нанесения на зоны действуют регламенты из Табл. 3., соответствующие целям регламентирования (на уровня 2-3 ограничения действуют от фасада до фасада, т.к. данные уровни являются линейными элементами городской структуры, на уровня 1, 4, 5 – ограничения распространяются непосредственно на зону расположения уровней).

Каждый уровень вносит свои ограничения на формы передачи информации (текст, звук, изображение, интерактивность, свет, видео и анимацию (см. Табл.2)) и зависит от критериев: количество полос автомобильного движения (a_1 – 1-2 полосы, a_2 – 3-4 полосы, a_3 – от 5-ти полос), тип, высотность застройки (b_1 – индивидуальный дом, b_2 – исторический объект, b_3 – 1-4 эт., b_4 – 5-8 эт., b_5 – от 9 эт.), расстояние от фасада до центральной оси тротуара (v_1 – от плотного примыкания до 5 м., v_2 – 6-9 м., v_3 – от 10 м.) (см. Приложение Б-5).

Жилой уровень				
Критерии	Тип	текст	свет	звук

	регламентации			
A-1 (1-2 полосы)	Габаритные размеры	300x3000	-	-
	Цветность света	-	2000 к	-
	Уровень света	-	500 лк	-
A-2 (3-4 полосы)	Габаритные размеры	400x4000	-	-
	Цветность света	-	2500 к	-
	Уровень света	-	700 лк	-
A-3 (от 5-ти)	Габаритные размеры	600x5000	-	-
	Цветность света	-	3000 к	-
	Уровень света	-	900 лк	-
B-1 (индивидуальный дом)	Горизонтальная ось расположения	запрещен	-	-
B-2 (исторический объект)	Горизонтальная ось расположения	Текст полностью заменяется инфографическими символами, размером 40x40 мм (см. приложение2)	-	-
B-3 (1-4 эт.)	Горизонтальная ось расположения	Центрирование между первым и вторым этажами	-	-
B-4 (5-8 эт.)	Горизонтальная ось расположения-	Центрирование между первым и вторым этажами С инфографическим символом размером 50x50 между 2 и 3 этажами	-	-
B-5 (от 9-ти эт.)	Горизонтальная ось расположения	Центрирование между первым и вторым этажами, возможно размещение вывесок между 2 и 3 этажом с центрированием	-	-
B-1 (0-5м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска без подложки, навигационная табличка	-	-
	Выступание элемента от	До 50 мм	-	-

	плоскости фасада			
B-2 (6-9м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска с подложкой, навигационная табличка	-	-
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 100 мм	-	-
B-3 (от 10м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска с подложкой, навигационная табличка, стенд сиti формат	-	-
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 150 мм	-	-
Вне критериев	Подсветка городских объектов	-	запрещена	-
	Предельный уровень постоянного городского шума (дБ)	-	-	55 дБ
	Предельный уровень отдельных объектов (дБ)	-	-	50 дБ

Транспортный уровень				
Критерии	Тип регламентации	текст	свет	звук
A-1 (1-2 полосы)	Габаритные размеры	400x3000	-	-
	Цветность света	-	4500 к	-
	Уровень света	-	2000 лк	-
A-2 (3-4 полосы)	Габаритные размеры	500x4000	-	-
	Цветность света	-	5500 к	-
	Уровень света	-	3000 лк	-
A-3 (от 5-ти)	Габаритные размеры	600x500	-	-
	Цветность света	-	6000 к	-
	Уровень света	-	4000 лк	-
Б-1 (индивидуальный дом)	Горизонтальная ось расположения	запрещен	-	-

Б-2 (исторический объект)	Горизонтальная ось расположения	Текст полностью заменяется инфографическими символами, размером 40x40 мм	-	-
Б-3 (1-4 эт.)	Горизонтальная ось расположения	Центрирование между первым и вторым этажами	-	-
Б-4 (5-8 эт.)	Горизонтальная ось расположения-	Центрирование между первым и вторым этажами С инфографическим символом размером 50x50 между 2 и 3 этажами	-	-
Б-5 (от 9-ти эт.)	Горизонтальная ось расположения	Центрирование между первым и вторым этажами, возможно размещение вывесок между 2 и 3 этажом с центрированием	-	-
В-1 (0-5м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска без подложки, навигационная табличка	-	-
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 50 мм	-	-
В-2 (6-9м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска с подложкой, навигационная табличка	-	-
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 100 мм	-	-
В-3 (от 10м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска с подложкой, навигационная табличка, стенд сити формат	-	-
	Выступление	До 150 мм	-	-

	элемента от плоскости фасада			
Вне критериев	Подсветка городских объектов	-	Разрешена	-
	Предельный уровень постоянного городского шума (дБ)	-	-	70 дБ
	Предельный уровень отдельных объектов (дБ)	-	-	55 дБ

Пешеходный уровень					
Критерии	Тип регламентации	текст	свет	звук	Изображение
A-1 (1-2 полосы)	Габаритные размеры	400x3000	-	-	600x600
	Цветность света	-	3100 к	-	-
	Уровень света	-	500 лк	-	-
A-2 (3-4 полосы)	Габаритные размеры	500x4000	-	-	700x700
	Цветность света	-	3 500 к	-	-
	Уровень света	-	700 лк	-	-
A-3 (от 5-ти)	Габаритные размеры	600x500	-	-	800x800
	Цветность света	-	4000 к	-	-
	Уровень света	-	1000 к	-	-
B-1 (индивидуальный дом)	Горизонтальная ось расположения	запрещен	-	-	запрещено
B-2 (исторический объект)	Горизонтальная ось расположения	Текст полностью заменяется информационными символами, размером 40x40 мм	-	-	Центрирование между 1 и 2 этажами
B-3 (1-4 эт.)	Горизонтальная ось расположения	Центрированье между первым и вторым этажами	-	-	Центрирование между первым и вторым этажами
B-4 (5-8 эт.)	Горизонтальная ось	Центрированье между	-	-	Центрирование между первым

	расположения-	первым и вторым этажами С инфографичным символом размером 50x50 между 2 и 3 этажами			и вторым этажами
Б-5 (от 9-ти эт.)	Горизонтальная ось расположения	Центрированье между первым и вторым этажами, возможно размещение вывесок между 2 и 3 этажом с центрированием	-	-	Центрирование между первым и вторым этажами
В-1 (0-5м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска без подложки, навигационная табличка	-	-	Основная вывеска без подложки
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 50 мм	-	-	До 50 мм
В-2 (6-9м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска с подложкой, навигационная табличка	-	-	Основная вывеска с подложкой
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 100 мм	-	-	До 100 мм
В-3 (от 10м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска с подложкой, навигационная табличка, стенд сити формат	-	-	Основная вывеска с подложкой
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 150 мм	-	-	До 150 мм
Вне критериев	Подсветка городских	-	Разрешена	-	-

	объектов				
	Предельный уровень постоянного городского шума (дБ)	-	-	60 дБ	-
	Предельный уровень отдельных объектов (дБ)	-	-	55 дБ	-

Навигационный уровень						
Критерии	Тип регламентации	текст	свет	звук	Изображен ие	Интерактивность
А-1 (1-2 полосы)	Габаритные размеры	400x3000 для вывесок, для стендов - 500x1000	-	-	400x400, для стендов - 500x1000	500x1000
	Цветность света	-		-	-	-
	Уровень света	-		-	-	500 лк
А-2 (3-4 полосы)	Габаритные размеры	500x4000 для вывесок, для стендов - 500x1000	-	-	500x500, для стендов - 500x1000	500x1000
	Цветность света	-		-	-	-
	Уровень света	-		-	-	700 лк
А-3 (от 5-ти)	Габаритные размеры	500x5000 для вывесок, для стендов - 500x1000	-	-	600x600, для стендов - 500x1000	500x1000
	Цветность света	-		-	-	-
	Уровень света	-		-	-	900 лк
Б-1 (индивидуальный дом)	Горизонтальная ось расположения	запрещен	-	-	запрещено	1500 мм
Б-2 (исторический объект)	Горизонтальная ось расположения	Текст полностью заменяется информационными символами, размером 40x40 мм	-	-	Центрирование между 1 и 2 этажами	1500 мм
Б-3 (1-4 эт.)	Горизонтальная ось расположения	Центрирование между первым и	-	-	Центрирование между первым и	1500 мм

		вторым этажами			вторым этажами	
Б-4 (5-8 эт.)	Горизонтальная ось расположения-	Центрирование между первым и вторым этажами С инфографическим символом размером 50x50 между 2 и 3 этажами	-	-	Центрирование между первым и вторым этажами	1600 мм
Б-5 (от 9-ти эт.)	Горизонтальная ось расположения	Центрирование между первым и вторым этажами, возможно размещение вывесок между 2 и 3 этажом с центрированием	-	-	Центрирование между первым и вторым этажами	1700 мм
В-1 (0-5м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска без подложки, навигационная табличка, видеоэкран, навигационный стенд	-	-	Основная вывеска без подложки, навигационный стенд	навигационный стенд/стойка
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 50 мм	-	-	До 50 мм	-
В-2 (6-9м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска с подложкой, навигационная табличка, видеоэкран, навигационный стенд	-	-	Основная вывеска с подложкой, навигационный стенд	навигационный стенд / стойка
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 100 мм	-	-	До 100 мм	-
В-3	Разрешенный	Основная	-	-	Основная	навигацион

	(от 10м)	типа информационной конструкции	вывеска с подложкой, навигационная табличка, стенд сити формат, видеоэкран, навигационный стенд			вывеска с подложкой, навигационный стенд	ный стенд/стойка
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 150 мм	-	-	До 150 мм	-	
Вне критерий	Подсветка городских объектов	-	Разрешена	-	-	-	-
	Предельный уровень постоянного городского шума (дБ)	-	-	60 дБ	-	-	-
	Предельный уровень отдельных объектов (дБ)	-	-	55 дБ	-	-	-
	Яркость подсветки	-	-	-	-	-	80%

Наполняющий уровень							
Критерии	Тип регламентации	текст	свет	звук	Изображение	Интерактивность	Анимация и видео
A-1 (1-2 полосы)	Габаритные размеры	400x3000 для вывесок, для стендов - 500x1000	-	-	400x400, для стендов - 500x1000	800x200	500x1000
	Цветность света	-	2000 к	-	-	-	-
	Уровень света	-	500 лк	-	-	-	-
	Скорость смены информационных потоков	-	-	-	-	-	Не чаще раза в 6 сек.
A-2 (3-4 полосы)	Габаритные размеры	500x4000 для вывесок, для стендов	-	-	500x500, для стендов - 500x1000	800x200	600x1200

		500x1000					
	Цветность света	-	3100 к	-	-	-	-
	Уровень света	-	700 лк	-	-	-	-
	Скорость смены информационных потоков	-	-	-	-	-	Не чаще раза в 8 сек.
А-3 (от 5-ти)	Габаритные размеры	500x5000 для вывесок, для стендов - 500x1000	-	-	600x600, для стендов - 500x1000	800x200	700x1400
	Цветность света	-	4000 к	-	-	-	-
	Уровень света	-	900 лк	-	-	-	-
	Скорость смены информационных потоков	-	-	-	-	-	Не чаще раза в 10 сек.
Б-1 (индивидуальный дом)	Горизонтальная ось расположения	запрещен	-	-	запрещено	запрещена	1500-2000 мм
Б-2 (исторический объект)	Горизонтальная ось расположения	Текст полностью заменяется информационными символами, размером 40x40 мм	-	-	Центрирование между 1 и 2 этажами	Запрещена прямая интерактивность	700-1000 мм
Б-3 (1-4 эт.)	Горизонтальная ось расположения	Центрирование между первым и вторым этажами	-	-	Центрирование между первым и вторым этажами	1700 мм	1700 мм
Б-4 (5-8 эт.)	Горизонтальная ось расположения-	Центрирование между первым и вторым этажами С информационным символом размером 50x50 между 2 и	-	-	Центрирование между первым и вторым этажами	1200-1500	1200-1500

		3 этажами					
Б-5 (от 9-ти эт.)	Горизонтальная ось расположения	Центрирование между первым и вторым этажами, возможно размещение вывесок между 2 и 3 этажом с центрированием	-	-	Центрирование между первым и вторым этажами	1200-1800	1200-1800
В-1 (0-5м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска без подложки, навигационная табличка, видеоэкран, стенд	-	-	Основная вывеска без подложки, навигационная табличка, видеоэкран, стенд	стенд	видеоэкран, стенд
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 50 мм	-	-	До 50 мм	До 50 мм	До 50 мм
В-2 (6-9м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска с подложкой, навигационная табличка, видеоэкран, стенд	-	-	Основная вывеска с подложкой, стенд	стенд	видеоэкран, стенд
	Выступание элемента от плоскости фасада	До 100 мм	-	-	До 100 мм	До 100 мм	До 100 мм
В-3 (от 10м)	Разрешенный тип информационной конструкции	Основная вывеска с подложкой, навигационная табличка, стенд сити формат, видеоэкран, стенд	-	-	Основная вывеска с подложкой, стенд	стенд	видеоэкран, стенд
	Выступание элемента от	До 150 мм	-	-	До 150 мм	До 100 мм	До 150 мм

	плоскости фасада						
Вне критерий	Подсветка городских объектов	-	Разрешена	-	-	-	-
	Предельный уровень постоянного городского шума (дБ)	-	-	60 дБ	-	-	-
	Предельный уровень отдельных объектов (дБ)	-	-	60 дБ	-	-	-
	Яркость подсветки	-	-		-	70%	50%

Табл. 3. Регламентирование уровней по методу формирования медийных пространств.

Предложенные ограничения основаны на примерах, описанных в пункте диссертации 1.2. Пример наложения медийных уровней можно рассмотреть в приложении 3.

Предлагаются общие регламенты, наложенные на все уровни (см. Приложение Б-8):

- обязательное использование инфографических вывесок вместо дублирующих слов, например «продукты»; (см. Приложение Б-6)
- обязательное использование единой вывески панель-кронштейн для объектов: травмпункта, аптеки, больницы, социальных и полицейских служб, пожарной безопасности;
- запрет выступания медийной информации на перпендикулярных поверхностях относительно движения пешехода;
- запрещено размещение информации на витринах, за стеклом, на дверях;
- озеленение не должно закрывать навигационные объекты на зданиях;
- соблюдение центрирования вывесок относительно всего фасада здания или сооружения.

С результатом применения регламентов можно ознакомиться в приложении 5, где отображена улица Ленина до и после апробации метода (см. Приложение Б-9).

2.2 Оценка функциональной и архитектурно-пространственной структуры исторической части города Ачинска.

Облик современного состояния города Ачинска определяется различными периодами застройки, начиная с 1683 года. Город является третьим по численности населения в Красноярском крае и 161 в России, на сегодняшний день численность составляет 105 300 человек.

Изначально город формировался как перевалочный пункт для торговцев, далее он развился в купеческий город. Значимым для города стало развитие транспортных путей: Московского тракта и Транссибирской железнодорожной магистрали. Следующей ступенью в развитии города являлось открытие крупнейшего в стране глиноземного комбината. Благодаря притоку рабочих начал развиваться и город Ачинск — с 1965 г. начало работать производство цемента для нужд завода и города, а в 1967 г. была сдана ТЭЦ, обеспечившая завод и город бесперебойным электричеством, горячим водоснабжением, а также новым для города транспортом — трамваем. Ветки трамвая до сих пор служат городу и рабочим предприятий.

Опираясь на сохранившиеся планы развития города Ачинска, можно прийти к выводу, что проектировщики стремились к регулярной планировке, не всегда подходящей под существующую застройку. Центрами притяжения являлись Троицкий собор и Казанская церковь, вокруг них уже формировались площади преимущественно торгового назначения.

В период существования Советского Союза Троицкий собор был утрачен, и в настоящее время на его фундаменте соорудили летний

кинотеатр, а на прилегающей к нему площади посадили городской сад (парк Троицкий). Летний кинотеатр дважды горел, после второго пожара восстанавливать его не стали. На данный момент на месте собора располагается поклонный крест.

В парке Троицком располагается мемориал "Братская могила 44 деятелей Ачинского Совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов, расстрелянных колчаковским карательным отрядом в мае и июне 1919 г.", который был переустановлен и обновлен, а так же за памятником ранее был установлен фонтан.

На углу нынешнего перекрестка улиц Ленина-Дзержинского располагается афишная конструкция советских времен, требующая реконструкции

Рядом с парком располагается бывший Гостиный двор, отреставрированное здание, которое утратило выразительную форму крыш, изменило цветовую палитру строения, а так же утратило функцию, по непроверенным источникам в здании располагаются складские помещения.

В целом, образ исторического города постепенно утрачивается из-за большого количества разрушений исторически-ценных объектов, ощущается нехватка пользователей территории и недостаток функций, так мы можем наблюдать в объекте культурного наследия ритуальные или автомастерские услуги.

На основе визуального, транспортного и исторического анализа (см. Приложение Б-10, 12) выявлена необходимость обновления и изменения функций исторической застройки с последующей реконструкцией,

создание доступных транспортно-пешеходных связей между частями города.

Натурное обследование территории выявило необходимость внесения в реестр новых объектов культурного наследия, а также выявлены здания и сооружения, формирующие архитектурный образ улицы. На данный момент в границах проектирования располагается 45 объектов культурного наследия, предлагается внесение 31 объекта в список ОКН, а также 18 объектов для особого внимания, сохраняющих семантику места.

На основе визуального, транспортного и исторического анализа выявлена необходимость обновления и изменения функций исторической застройки с последующей реконструкцией, создание доступных транспортно-пешеходных связей между частями города.

Для оценки потребностей территории исторического центра и готовности жителей к организации медийной среды был проведён социальный опрос, с результатами которого можно ознакомиться в приложении Б-11. Основной потребностью для жителей Ачинска выступило повышение безопасности, реставрация исторических объектов и уход за озеленением. Также опрос показал открытость жителей к использованию средств коммуникации для взаимодействия с историческим центром.

Выводы второй главы:

Разработанный метод формирования медийных пространств позволит организовать комплексную систему для размещения внутри городской структуры точечных объектов, способных оживить интерес к территории исторического центра и повысить посещаемость.

В ходе анализа фронта улиц обнаружена необходимость внесения в реестр новых объектов культурного наследия. В границах проектирования располагается 45 объектов культурного наследия, предлагается внесение 31 объекта в список ОКН, а также 18 объектов для особого внимания, сохраняющих семантику места.

Социальный опрос показал открытость жителей к использованию средств коммуникации для взаимодействия с историческим центром. Основной потребностью для жителей Ачинска выступило повышение безопасности, реставрация исторических объектов и уход за озеленением.

3. Практическая апробация метода формирования медийных пространств на примере исторического центра города Ачинска.

3.1 Ревитализация исторического центра города Ачинска.

Выявление исторически значимых объектов, насыщение исторического центра новыми функциями, вынесение части жилых зон с общественных участков, организация обновленного жилого квартала позволит повысить безопасность и частоту использования территории жителями и гостями города.

С целью повышения мобильности населения и улучшения связи городской застройки с историческим центром предлагается реконструкция дорожно-транспортной сети с улучшением навигационной системы города, продление троллейбусного движения, связывающего собой три части города, от современного центра до железнодорожного и автовокзала. Представлены основные оси транспортных, автомобильных потоков для нанесения разработанного метода. Повышается категория улицы до магистральной улицы, связывающей исторический центр с улицей Слободчикова, переходящей в Переездный переулок и выходящей на автовокзал (см. Приложение В-13).

Предложена проектная переорганизация территории исторического центра города Ачинска с целью повышения посещаемости (см. Приложение В-14). Предполагается назначение пешеходных улиц вокруг парка Троицкого с целью защиты исторических объектов от загазованности, создания площадей с различными видами активности, интерактивное воссоздание утраченного собора Троицкого, реконструкция рыночной площади на месте улицы напротив старого Гостиного дома, а также организация доступной связи между крупными объектами: молодежный центр, парк Троицкий, городской краеведческий музей, драмтеатр. Выделены доступные открытые пространства через назначение публичных сервитутов и поиск существующих парков, бульваров и скверов с целью размещения в них медийной среды. С границами сервитутов и назначением зон можно ознакомиться в Таблице 4.

Наименование публичного сервитута в соответствии с схемой межевания	Площадь публичного сервитута в соответствии с проектом межевания, га	Назначение публичного сервитута	Назначение существующих земельных участков на территории публичного сервитута
ПС №1	0.1639	Под общественное пространство	24:43:0109013:159 под объектами административного назначения
			Преимущественно не задокументированные земельные участки;
ПС №2	0.1568	Под общественное пространство	24:43:0109013:149 для размещения краеведческого музея
			24:43:0109013:180

			под многоквартирным домом малоэтажной жилой застройки
ПС №3	0.2641	Под общественное пространство	24:43:0109013:3 под объектами складского назначения
			24:43:0109013:1 для размещения нежилого здания - памятника архитектуры и объектов складского назначения
			24:43:0109013:34 од объектами складского назначения
			не задокументированные земельные участки;

Табл. 4 Перечень и сведения о площади, назначении публичных сервитутов.

На участках частного ветхого строительства в границах улиц Красного октября, ул. Дзержинского, ул. Интернациональная, ул. Орджоникидзе предлагается реконструкция территории с уплотнением застройки, организацией многоквартирной, 4-этажной застройки, сохраняющая нынешнюю структуру и планировку территории и обеспечивающая ближайшие территории школой и детским садом. Целью реконструкции является увеличение привлекательности территории исторического центра за счет обновления кварталов, сохраняющих идентичность.

3.2 Формулировка и апробация метода распределения медийных пространств исторической застройки.

Информационные пространства распределяются в историческом пространстве города Ачинска посредством выведенного во второй главе

диссертационного исследования метода распределения медийных пространств в городской структуре. На основе получившейся общей схемы медийных пространств (см. Приложение В-15) разбиваются следующие схемы: навигационная, звукового использования, освещения и подсветки, а также разрабатывается подробный дизайн код территории.

3.3 Предложение по организации медийных пространств в историческом центре города Ачинска.

Составлен перечень и план расстановки медийных объектов, повышающих частоту использования территории (см. Приложение В-16). Фрагменты генерального плана отображают итоги сформулированного метода формирования медийных пространств.

Разработана универсальная таблица-перечень (см. Табл. 5) возможных медийных пространств и объектов, которые рекомендовано применять в определенной медийной зоне по разработанному ранее методу.

№	наименование	описание
1	Интерактивная реконструкция утраченного Троицкого собора	Частично восстановленный собор полностью проявляется при наведении камеры телефона через приложение.
2	Встроенное в покрытие световое табло «время в городе» с почасовым звуковым оповещением.	В зависимости от текущего времени цветовой спектр на табло окрашивается в определенный цвет. Пространство разделено на три сектора, символизирующие: часы, минуты и секунды. Для каждого временного интервала назначена определенная цветовая гамма. С 13.00 – 20.00 каждый час проигрывается нейтральная мелодия.
3	Память вечернего города	Днем – прозрачные инсталляции, в вечернее время подсвеченные силуэты с эффектом голограммы погружают в исторические отрывки города.

4	Интерактивный навес	Горожане могут контролировать расположение навеса, в зависимости от потребности.
5	Городской ди-джей	Горожане, стоя под разными датчиками, активируют звуковые группы. Инсталляция позволяет создавать различные мелодии.
6	Лазерная атака	Активная зона с фиксированными световыми лучами, издающие звук при прерывании светового пути. Задача – пройти полосу препятствий из световых лучей.
7	Цитата настоящего	На экран транслируется выбранная любым пользователем цитата из «плавающего облака» других цитат.
8	Ваша рыбка	Желающие могут загрузить изображение своей рыбы, после прохождения модерации, рыба появится на общем экранном «аквариуме».
9	Настроение города	Интерактивный электронный щит с ежедневным голосованием за настроение города.
10	Уличный кинотеатр	Размещение уличного кинотеатра с проведением показов два раза в неделю.
11	Историческая линейка	Интерактивная информация об истории города, активирующаяся при наведении камеры мобильного телефона через специальное приложение.
12	Необходимые вещества	Интерактивные «весы», показывающие информацию о необходимых питательных веществ для человека, если на лоток поместить инсталляционные объекты, символизирующие: белки, жиры, углеводы, витамины, минералы, оснащенные GPS навигатором.
13	Информационный электрический стенд рыночной площади	Информационный электрический стенд с интерактивным перечнем продуктов/вещей, продаваемых

		на рыночной площади с указанием ряда и номера торговой ячейки. Стенд располагается на входах рыночной площади.
14	Навигационный интерактивный стенд	Навигационный интерактивный стенд с расположением интерактивных и исторических объектами города
15	Навигационный стенд с пешеходными маршрутами	Изображение схемы исторического центра
16	Автобусный информационный стенд	Информационный стенд о времени до прибытия автобуса/троллейбуса
17	Индикатор пассажиров	Световой индикатор, показывающий водителю общественного транспорта наличие пассажиров на остановке
18	Тепловой индикатор пешеходов	Световой тепловой индикатор на пешеходном переходе, показывающий перемещение пешехода

Табл. 5 Таблица-перечень точечных объектов

С целью создания диалога между жителями и города и организации виртуальной медийной жизни исторического центра предложено мобильное приложение, включающее в себя функции умного города и формирующее «невидимое» медийное пространство (см. Табл. 6).

№	наименование	описание
1	Городские интерактивные объекты	Подключение к возможным интерактивным точечным объектам из таблицы 1.
2	Пешеходные маршруты исторического центра	Выбор предлагаемых исторических пешеходных маршрутов с помеченными историческими и интерактивными объектами на территории.
3	Узнать здание	При наведение камеры мобильного телефона на фасад здания, выводится информация об объекте.
4	Социальная сеть	Локальная социальная сеть действующая на территории исторического центра,

		зависимое от геолокации пользователя.
5	Мусорки рядом	Интерактивная карта с расположением всех ближайших мусорных контейнеров с оснащёнными датчиками наполнения.
6	Прокат самокатов	Сервис для проката самоката, оснащенным GPS.
7	Умные парковки	Данные о свободных парковочных местах, их стоимости для брони.
8	Сообщить о техническом обслуживании города	Обратная связь горожан о технических неисправностях, ЧП для связью с муниципальными службами с целью ускорить процесс починки и обслуживания. (с разделами: освещение города, канализация и водоснабжение, дороги, озеленение).
9	Фото недели	Повышение медийности мест, зданий и заведений в городе с разделом фото недели.
10	Карта кладов	Желающие смогут анонимно спрятать в фиксированных зонах города (с целью безопасности участников) подарки и послания, отметив их в интерактивной карте. Другие пользователи, увидев отметку, отправляются к месту, чтобы получить вознаграждение.
11	Карта легенд города	Интерактивная карта легенд о городских объектах.
12	Отслеживание общественного транспорта	Отслеживание передвижение городского общественного транспорта.
13	Wi-fi в троллейбусе	Оснащение троллейбусов доступом Wi-fi.

Табл. 6 Функции мобильного интерактивного приложения и систем «умного города»

Выводы третьей главы:

Примененный метод позволил организовать медийное пространство внутри исторического центра города Ачинска, которое опережает риски хаотичного внедрения информационных систем.

Разработанный дизайн-код, план расстановки точечных объектов с таблицей-перечнем и схемы: навигационная, звукового использования, освещения и подсветки – позволяют создать комплексный образ медийной среды, способной ревитализировать проектную территорию.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование, включающее изучение научной литературы, в области медийных пространств города, светового дизайна города, анализ зарубежных примеров формирования подобных пространств, а также анализ исторической, визуальной, транспортной среды города Ачинска, позволили сформировать следующие выводы:

- 1. Доказано значение формирования комплексной медийной сети для города.*

На основе анализа проектов отдельных медийных форм передачи информации была подчеркнута идея создания единой целостной системы медийных пространств, включающая в себя проект дизайн-кода, единой системы навигации, план точечной расстановки объектов, проект светового дизайна, концепцию «умного города» и схему шумового ограничения.

- 2. Проанализированы и выведены принципы сохранения исторической среды.*

Принципы являются рекомендацией и базисом для реконструкции и реновации исторически значимых объектов.

- 3. Выведен метод формирования медийных пространств.*

Метод является универсальным средством к организации медийной среды в городе, он отражает собой типологию размещения зон в зависимости от их назначенного расположения, данная концепция была применена к исторической застройке исследуемого в диссертации города Ачинска.

- 4. Подчеркнута необходимость переосмыслиения исторического центра города Ачинска*

Исследуя историческую застройку и функциональную насыщенность исторического района города, выявлено, что существующее функциональное насыщение не в состоянии перетянуть на себя функцию действующего центра города, что приводит к разрушению, маргинализации и утрачиванию исторического наследия города. Также наблюдается острая необходимость в визуальной реконструкции среды.

5. Составлены рекомендации по реконструкции городской структуры города Ачинска и его исторической застройки.

В рекомендациях отражены основные принципы сохранения исторической среды и распределения функциональных зон исторического кластера, отражающие в себе метод распределения зон медийных пространств в городской структуре.

6. Приведены примеры точечных объектов и мобильных функций, завершающих формирование медийного пространства.

Точечные объекты представляют информационные системы, сообщающие о каком-либо событии, либо являются интерактивными объектами, создающими диалог между средством коммуникации, городом и его пользователями.

Перспектива дальнейшей разработки темы. Последующее развитие темы позволит популяризировать формирование медийных пространств среди городских планировщиков.

Дальнейшая разработка темы может состоять из уточнения сформулированного метода и создания на его основе новых принципов и методов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1) Скотт Маккуайр. Медийный город. Медиа архитектура и городское пространство // Strelka Press, 2014. 292 с.
- 2) Скотт Маккуайр. Геомедиа // Strelka Press, 2018. 268 с.
- 3) Маршалл Маклюэн. Понимание медиа Внешние расширения человека // перевод В. Г. Николаев, 2003. 464 с.
- 4) Неил Постман. Развлекаемся до смерти, 1985. 208 с.
- 5) Е.Г. Ним. Медиапространство: основные направления исследований, 2013. 10 с.
- 6) Е.Г. Ним. (Не)социальное конструирование реальности в эпоху медиатизации, 2016. 19 с.
- 7) Иосиф Михайлович Дзялошинский. Медиапространство России: состояние и тенденции развития, 2013, 8 с.
- 8) Красноярова Ольга Валентиновна. Новые медиаплатформы: принципы функционирования и классификация видов // Вопросы теории и практики журналистики. 2016, 13 с.
- 9) И.А. Добровольская. Понятие «информационное пространство»: различные подходы к его изучению и особенности. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. 2014, 8 с.
- 10) Евгения Ним. (Не)социальное конструирование реальности в эпоху медиатизации. 2017, 19 с.
- 11) Гуреева Анна Николаевна. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2016. 17с.
- 12) Н.И. Щепетков, А.С. Кузнецова. Световой урбанизм в творчестве Роже Нарбони // Architecture and Modern Information Technologies. 2019. 12с.
- 13) Т.В.Белько. Эволюция визуальных коммуникаций городской среды. 2012. 5с.
- 14) Н. О. Анисимов. Город в дискурсе семиотики. Juvenis scientia 2018 № 12. 3 с.
- 15) Т. В. Зверева. Имидж города: особенности семантики (по результатам эмпирического исследования на примере г.Иркутска). 2016. 9 с.
- 16) М.А. Силкина. Влияние высоты размещения визуально-коммуникативных систем на образ архитектурной среды // Архитектура и современные информационные технологии. 2014. 15 с.
- 17) С.С. Беломестных. Морфогенез архитектурно-планировочной структуры и принципы реконструкции исторического центра города Иркутска // Иркутский национальный исследовательский технический университет. 2012. 12 с.

- 18) Л.В. Козлова, Научный руководитель: В.В. Козлов. Общественные пространства как основа формирования исторического центра крупного города (на примере Иркутска) // Баландинские чтения. 2016. 6 с.
- 19) Н.М. Глебова, А.Г. Большаков. Принципы сохранения и формирования архитектурной идентичности в уличной застройке исторической части г. Иркутска // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. 2019. 14 с.
- 20) Кирия, И. В., Новикова, А. А. История и теория медиа [Текст] : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017, 423 с.
- 21) ООО «КБ Стрелка», Дизайн-бук Тобольска. 2018, 281 с.
- 22) Дизайн-код Архангельска. Размещение и оформление информационных конструкций, 2020, 139 с.
- 23) Федеральное государственное бюджетное учреждение «Всероссийский научно-исследовательский институт охраны и экономики труда» Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации. Отечественный и зарубежный опыт гигиенического нормирования факторов производственной среды. 48 с.
- 24) Перькова М.В. Особенности сохранения и адаптации архитектурно-индустриального наследия сахарных заводов / М.В. Перькова, Ю.П. Цветкова // Architecture and Modern Information Technologies. – 2020. – №4(53). – С. 135–151. – URL: https://marhi.ru/AMIT/2020/4kvart20/PDF/08_perkova.pdf DOI: 10.24411/1998-4839-2020-15308.
- 25) И.Б. Дагданова, В.В. Козлов. Исторический центр как ресурс развития крупного города // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость № 1 (2). 2012. 11 с.
- 26) Ш.Ш. Каҳраманова. Новые подходы к реконструкции жилой среды города Баку. // AMIT 3 (20). 2012. 10 с.
- 27) Иванова Е. М., Кудрявцева С. П. Архитектурно-градостроительные принципы модернизации исторической застройки // Инженерно-строительный вестник Прикаспия : научно-технический журнал / Астраханский государственный архитектурно-строительный университет. Астрахань : ГАОУ АО ВО «АГАСУ», 2018. № 1 (23). С. 5–12.Sunday olayinka Oyedepo. Noise Pollution in Urban Areas: The Neglected Dimensions. 2012. 13 с.
- 28) Лебедев А. Киберпространство вместо конюшен // Вокруг света. 2003. № 1. С. 64–73.
- 29) А.А. Ляпин, Н.М. Глебова. Музейный квартал в Вене: принципы организации и новая архитектура // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость № 1 (16). 2016. 12 с.

- 30) Л.В. Сосновских, А.Н. Чекмарева. Интеграция современной архитектуры в историческое ядро города Перми // Вестник ПНИПУ. Строительство и архитектура. № 1. 2014. 12 с.
- 31) И.В. Гревцова. Проекты комплексной реконструкции и музеализации исторических кварталов в городах Европы: основные направления и новые тенденции. АМТ 1 (18). 2012. 8 с.
- 32) Г. М. Андреева, Е. А. Аксенова, Т Ю. Базаров, Г Т. Базарова, И. Б. Бовина, Н. Н. Богомолова, Е. М. Дубовская, Ю. М. Жуков, А. В. Журавлев, М. А. Иванов, И. Г. Кокурина, С. А. Липатов, Н. Г. Малышева, Е. Н. Павлова, Л. А. Петровская, О. В. Соловьева, Т. Г. Стефаненко, О. А. Тихомандрицкая, Т. В. Фоломсева, Д. В. Хренов. Социальная психология: Практикум: Учеб., пособие для студентов вузов / С 69 Г. М. Андреева, Е. А. Аксенова, Т. Ю. Базаров и др.; Под ред. Т. В. Фоломсевой. — М.: Аспект Пресс, 2006. — 480 с.
- 33) Градостроительство Сибири / В.Т., Горбачев, Н.Н. Крадин, Н.П Крадин, В.И. Крушинский, Т.М. Степанская, В.И. Царев ; НИИТИАГ РААСН. Санкт-Петербург : Коло, 2011. – 784 с.
- 34) Adams Paul C. Geographies of Media and Communication: A Critical Introduction. L.: Wiley-Blackwell, 2009.
- 35) Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies / edited by Jasper Falkheimer and Andre Jansson. Göteborg: Nordicom, 2006.
- 36) Jansson A. Textural Analysis. Materialising Media Space // Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media. Göteborg: Nordicom, 2006. Pp. 87–106.
- 37) Lefebvre H. The Production of Space. Oxford: Blackwell, 1991.
- 38) Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age / edited by Nick Couldry and Anna McCarthy. New York: Routledge, 2004.
- 39) Sonay C- evik, Serbu" lent Vural, Filiz Tavs-an, O" zgu"r As-ık. An example to renovation–revitalization works in historical city centres: Kunduracilar Street/Trabzon-Turkey, 2005. 14 с.
- 40) Русал. Градостроительная стратегия Ачинскан период до 2025 года. 2016. 69 с.
- 41) СП 42.13330.2011 Градостроительство. Планировка и застройка го-родских и сельских поселений. Актуализированная редакция СНиП 2.07.01-89* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.know-house.ru/gost/sp_2013/sp_42.13330.2011.pdf
- 42) Государственный стандарт СССР ГОСТ 12.1.003-83 (СТ СЭВ 1930-79) "Система стандартов безопасности труда. Шум. Общие требования безопасности" (утв. постановлением Госстандарта СССР от 6 июня 1983 г. N 2473 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/5200291>

- 43) СН2.2.4/2.1.8.562-96 Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки. Санитарные нормы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.23expert.ru/storage/app/uploads/public/5ea/c94/58a/5eac9458a86cd434629567.pdf>
- 44) Сайт компании Ortner & Ortner. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ortner-ortner.de/> (10.12.2015).
- 45) Тилек Самиев. Статья, Венеция - самый “умный город” Италии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nag.ru/articles/article/108128/venetsiya-samyiy-umnyiy-gorod-italii.html>
- 46) Revitalization of the historical center of Tula [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://en.wowhaus.ru/urbanistics/tulskaya-naberezhnaya.html>
- 47) Проект Иркутские компании [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://irkkvartal.ru/>
- 48) Wanderer From. Статья, Умный город: 80+ проектов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nag.ru/articles/article/32116/umnyiy-gorod-80-proektov.html>
- 49) Сайт проекта умной парковки ParkWhiz [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.parkwhiz.com/>
- 50) Сайт проекта умной парковки SpotHero [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://spothero.com/>
- 51) Сайт проекта умной парковки EZParking [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ezparking.com.cn/>
- 52) Сайт проекта умной энергетики Telensa [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.telensa.com/>
- 53) Сайт проекта умной энергетики AutoGrid Systems [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.auto-grid.com/>
- 54) Сайт проекта умной энергетики Dispatchr [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dispatchr.com/>
- 55) Сайт проекта планирования городов Mapillary [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.mapillary.com/>
- 56) Сайт проекта планирования городов Neighborland [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://neighborland.com/>
- 57) Сайт проекта умного транспорта Social Bicycles [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://socialbicycles.com/>
- 58) Сайт проекта умного транспорта Mobike [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mobike.com/>
- 59) Сайт проекта умного транспорта Bridj [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://bridj.com/>
- 60) Сайт проекта умного транспорта Shuttl [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ride.shuttl.com/>

- 61) Сайт проекта датчиков окружающей среды Plume Labs [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://plumelabs.com/en/>
- 62) Сайт проекта датчиков окружающей среды BlynCSy [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://blynCSy.com/>
- 63) Сайт проекта датчиков окружающей среды Aclima [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.aclima.io/>
- 64) Сайт проекта повсеместного подключения сети компании Purple WiFi [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://purple.ai/>
- 65) Сайт проекта повсеместного подключения сети компании Veniam [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://veniam.com/>
- 66) Сайт проекта логистики Streetlight Data [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.streetlightdata.com/>
- 67) Сайт проекта логистики Transit App [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://transitapp.com/>
- 68) Сайт компании водоизмерителей Banyan Water [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://banyanwater.com/>
- 69) Сайт компании водоизмерителей Valor Water Analytics [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.xylem.com/en-us?redirect=valorwater>
- 70) Сайт компании систематизации во время ЧС One Concern Pear [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://oneconcern.com/en/>
- 71) Сайт компании систематизации во время ЧС Zenysis [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.zenysis.com/>
- 72) Сайт компании по управлению городским мусором Compology [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://compology.com/>
- 73) Сайт компании по управлению городским мусором Enevo [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.enevo.com/>
- 74) Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age / edited by Nick Couldry and Anna McCarthy. New York: Routledge, 2004.
- 75) Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies / edited by Jasper Falkheimer and Andre Jansson. Göteborg: Nordicom, 2006.
- 76) Adams Paul C. Geographies of Media and Communication: A Critical Introduction. L.: Wiley-Blackwell, 2009.
- 77) СП 136.13330.2012 «Здания и сооружения. Общие положения проектирования с учетом доступности для маломобильных групп населения» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200102572>
- 78) Smitshuijzen E. Signage Design Manual. Baden: Lars Müller Publishers, 2007, 455 p.
- 79) А.А. Ляпин, Н.М. Глебова. Музейный квартал в Вене: принципы организации и новая архитектура. 12 с.

- 80) И.В. Гревцова. Проекты комплексной реконструкции и музеализации исторических кварталов в городах Европы: основные направления и тенденции. АМИТ 1 (18). 2012, 8с.

**РАБОТЫ, ОПУБЛИКОВАННЫЕ
ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

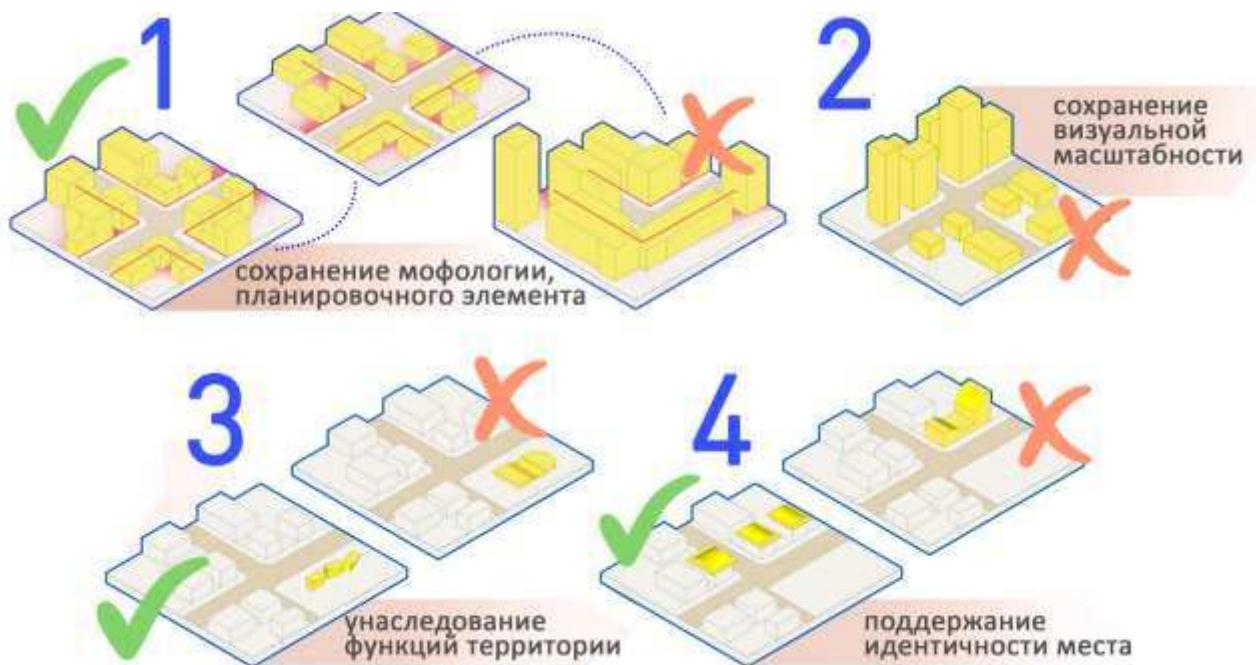
- 1) Качаева Н.А. Формирование медийных пространств в структуре города. / Н.А. Качаева // Проспект свободный – 2020. 1520-1522 с.
- 2) Качаева Н.А. Метод формирования медийных пространств в городской структуре / Н.А. Качаева // Научный журнал «Студенческий» - 2021. - №19 (147). Часть 1, 24-29 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А.

Первая глава



Приложение 1. Уровни расположения медиийных элементов в городе.



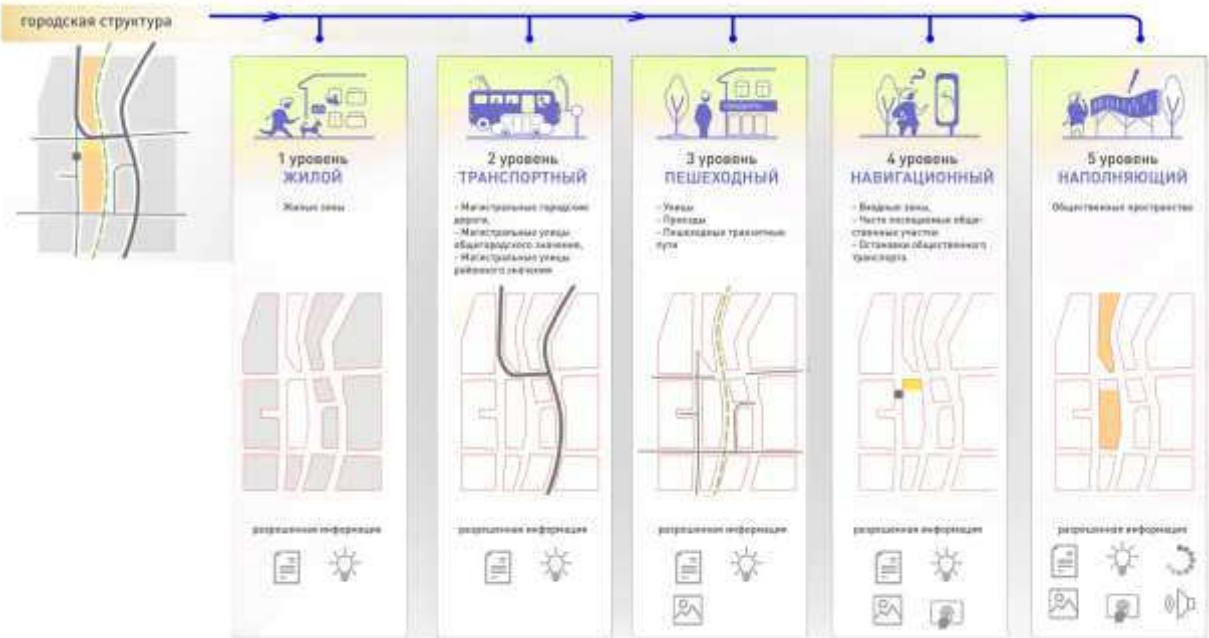
Приложение 2. Принципы сохранения существующего образа и архитектурной идентичности места .

<p>Иркутские кварталы.</p> <p>Проект регенерации исторического центра города Иркутска</p>		
<p>Проект размещения объектов паблик-арта в историческом и существующем центрах Тобольска</p> <p>Москва, 2018 ООО «КБ Стрелка» по заказу ООО «СИБУР Тобольск»</p>		<p>Инсталляции</p> <p>Памятники и скульптуры</p> <p>Функциональные объекты</p> <p>Муралы и граффити</p>
<p>Возрождение исторического центра Тулы</p> <p>Ведущий архитектор: Михаил Коллов Архитекторы: Мария Хохлова, Анастасия Измакова, Анна Карнебея, Марина Пахомова, Кристина Рынова, Ян Фриз</p>		
<p>Реновационно-реконструкционные работы в историческом центре г. Трабзон.</p> <p>Турция, ул. Кундурачилар, р-н Ортаксисар.</p>		
<p>Реконструкция музейного квартала в Вене</p> <p>фирма «Ортнер и Ортнер»</p>		
<p>Проект комплексного переустройства и музейного сохранения Археологического Парка при замке Калафель</p> <p>провинция Таррагона, Каталония</p> <p>2010</p>		

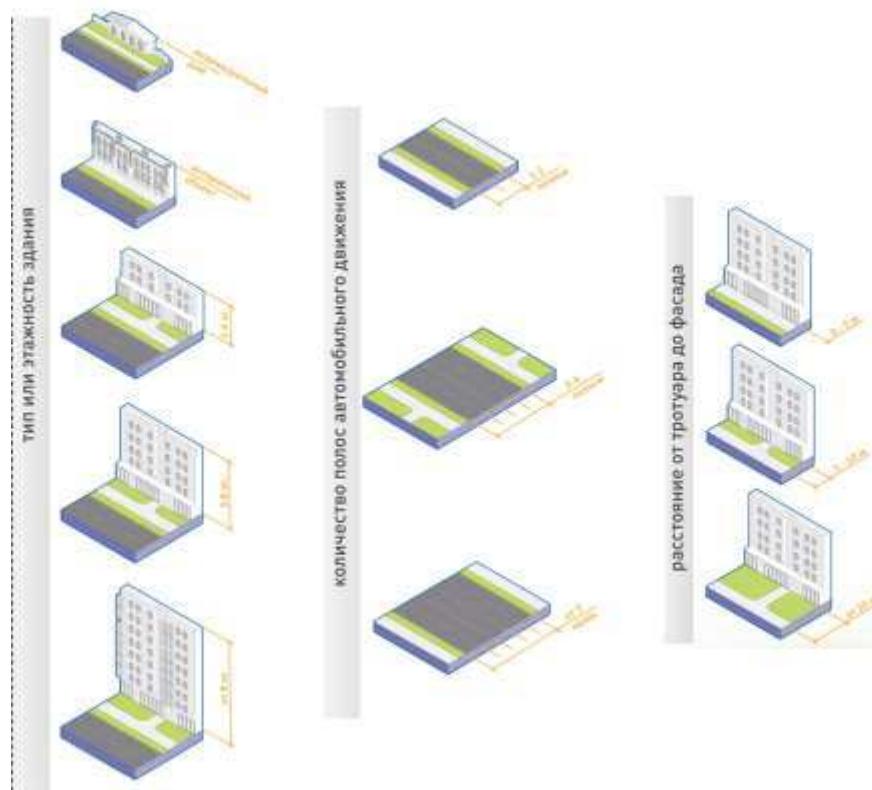
Приложение 3. Анализ реконструкции исторических территорий.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б.

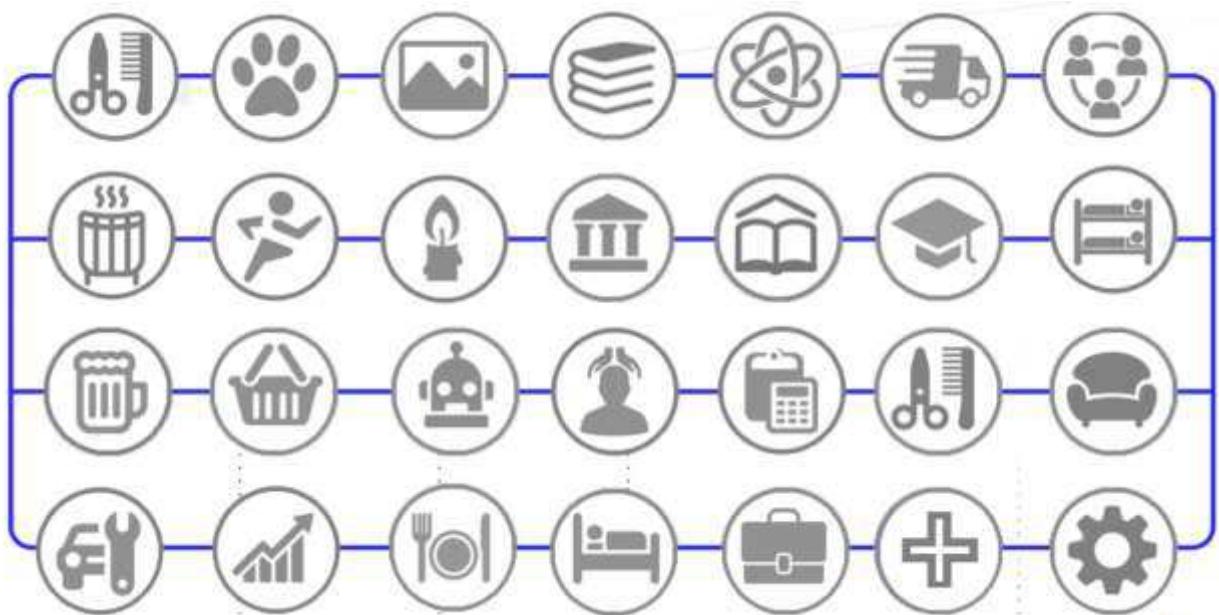
Вторая глава



Приложение 4. Назначение медийных уровней в зависимости от их расположения.



Приложение 5. Критерии для формирования медийного пространства.

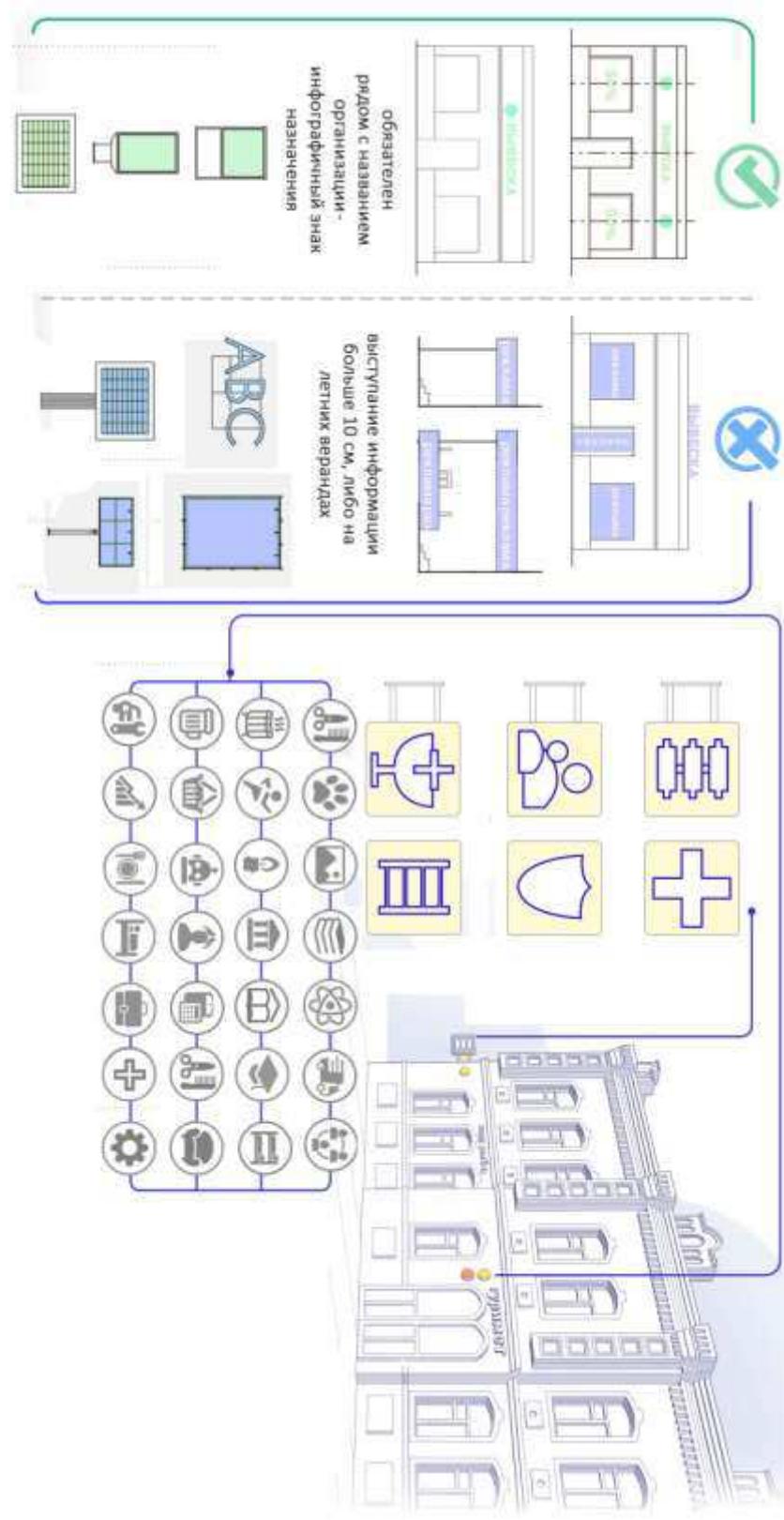


Приложение 6. Инфографичные символы для вывесок.

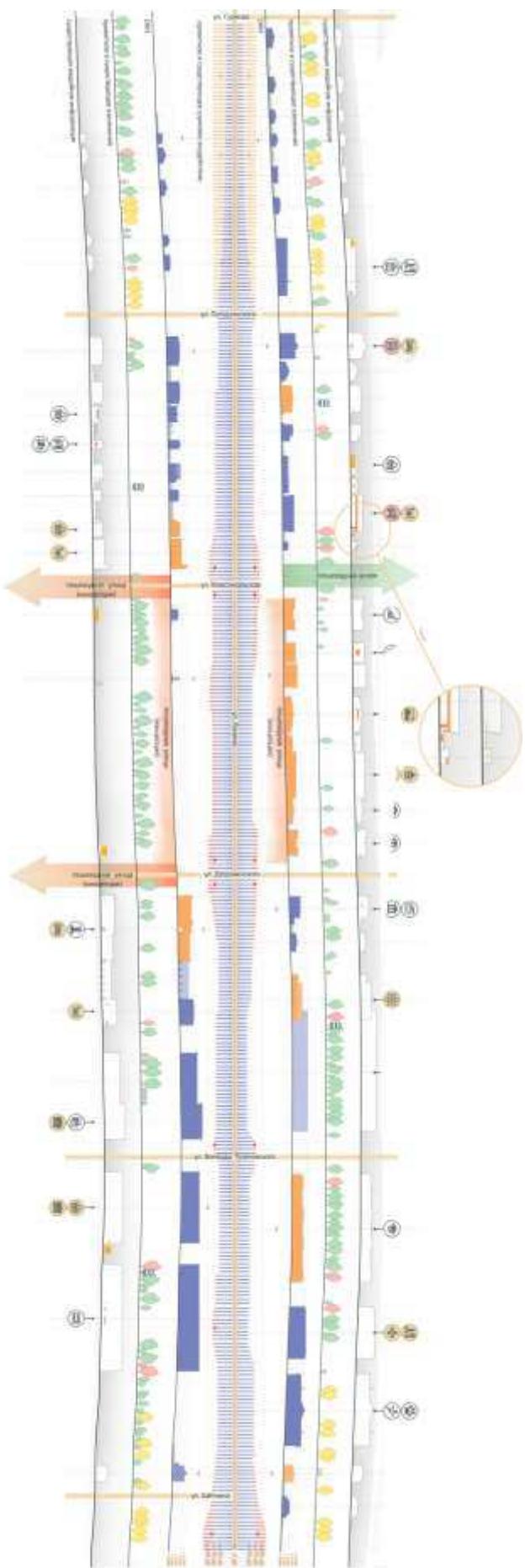


Приложение 7. Наложение медийного уровня на исторический центр города Ачинска

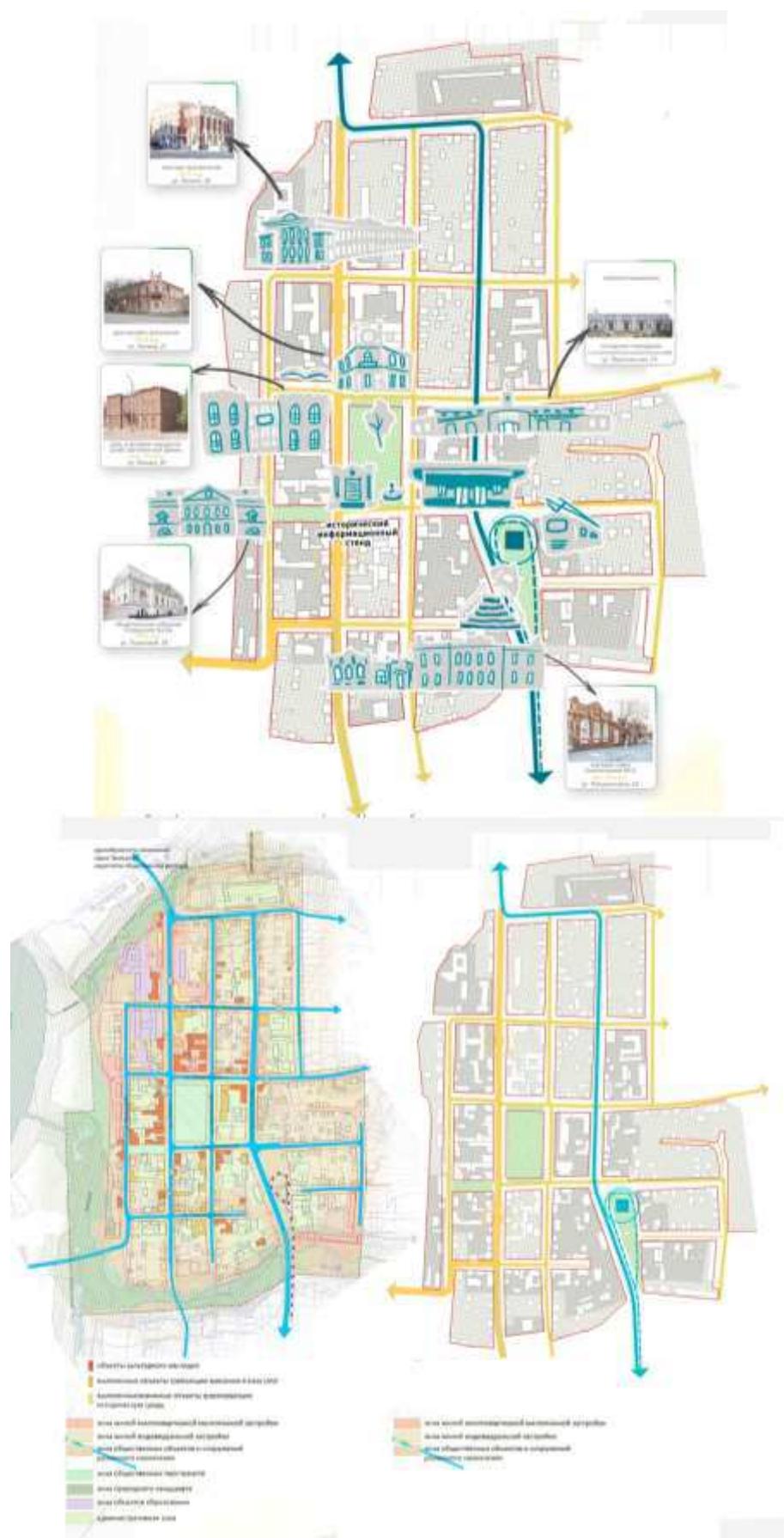
- а) жилой уровень, б) транспортный, в) пешеходный, г) навигационный, д)
наполняющий.



Приложение 8. Общие регламенты.



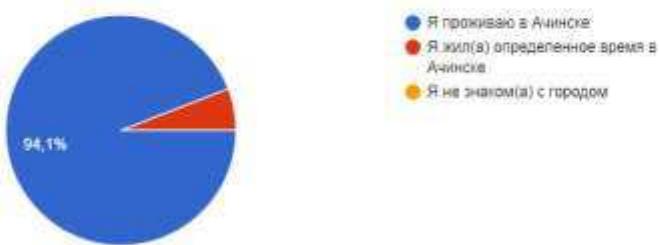
Приложение 9. Апробация регламентов.



Приложение 10. Анализ исторического центра города Ачинска.

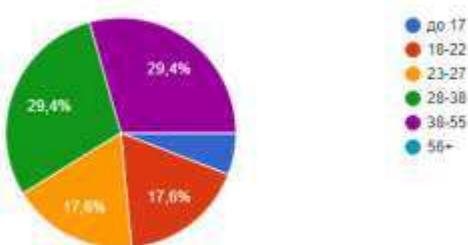
Опрос для жителей Ачинска или людей, хорошо знающих город.

17 ответов



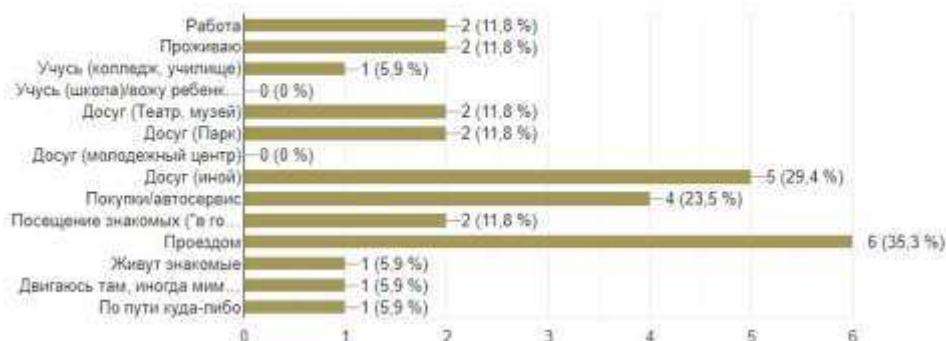
Ваш возраст

17 ответов



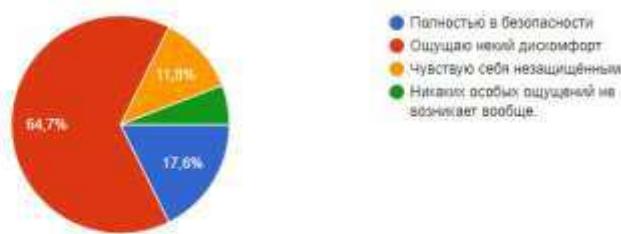
С какой целью посещаете исторический центр? (можно выбрать несколько вариантов ответа)

17 ответов



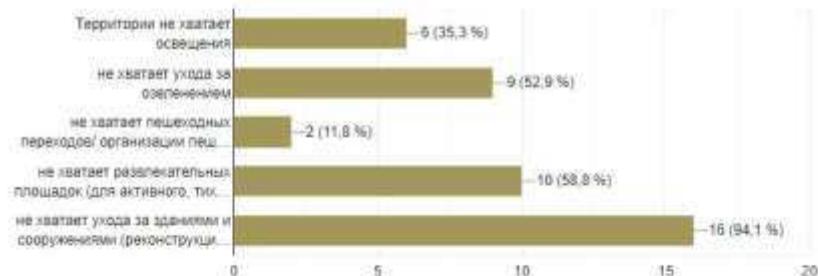
Чувствуете ли Вы себя безопасно на территории исторического центра?

17 ответов



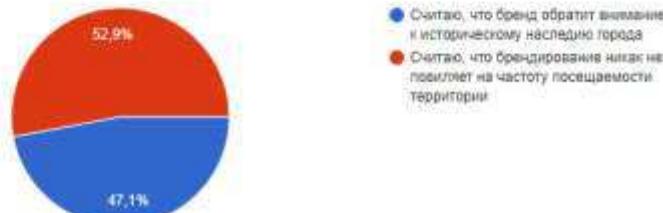
Чего, на ваш взгляд, не хватает территории исторического центра? (можно выбрать несколько вариантов ответа)

17 ответов



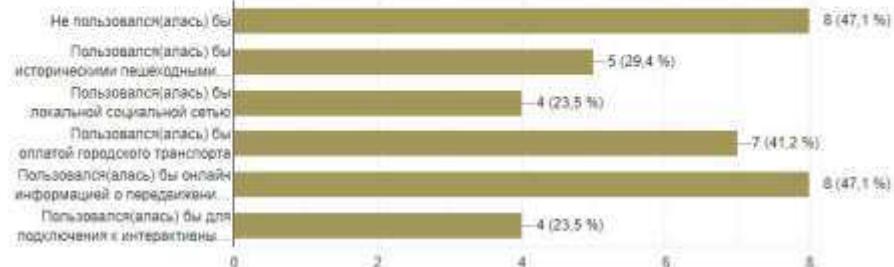
Считаете ли Вы, что БРЕНД и медийность для территории исторического центра города Ачинска увеличит спрос на территорию?

17 ответов

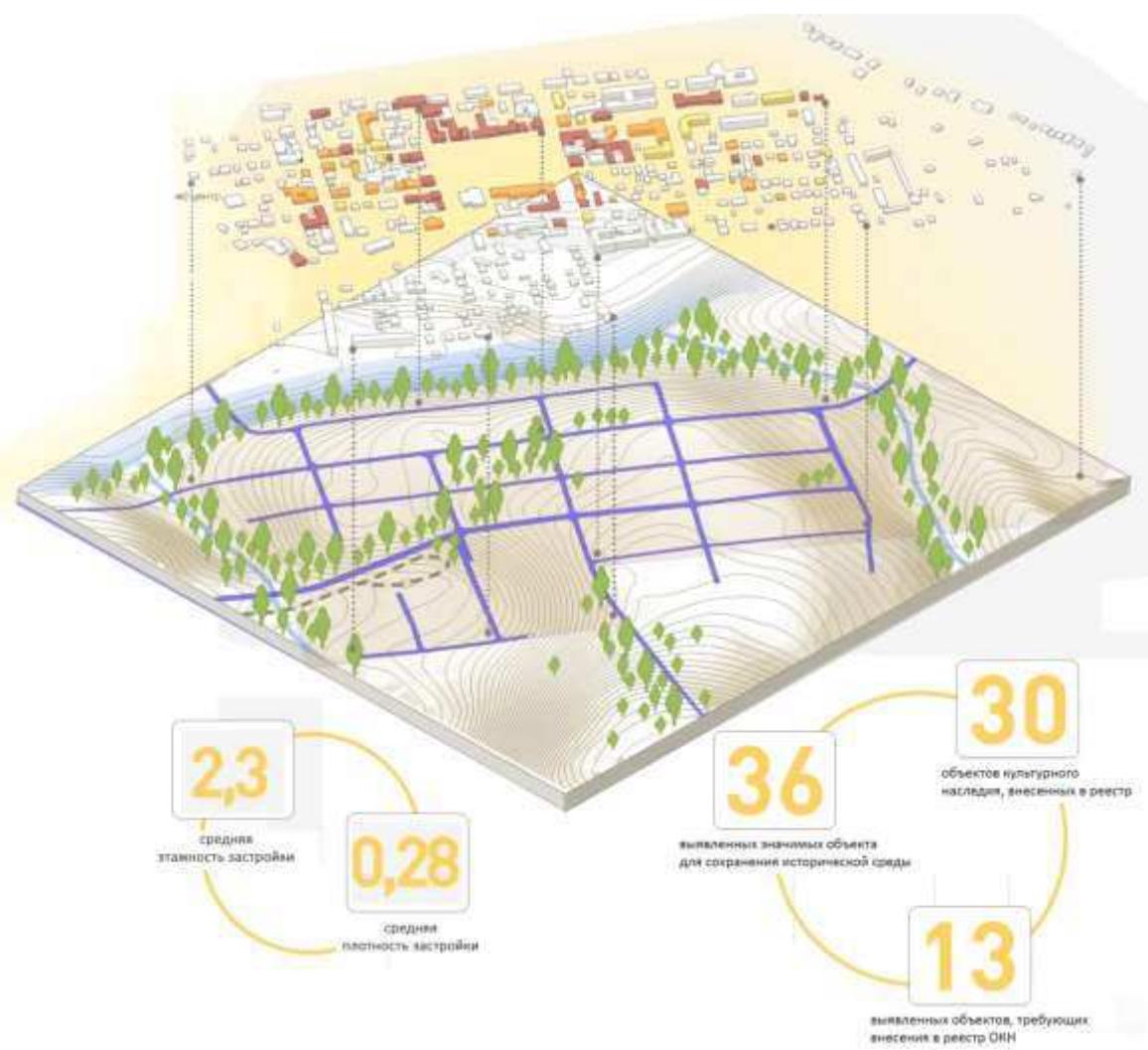


Использовали бы вы комплексное приложение на телефон для города в котором были бы: маршруты с историческими объектами города Ачинска; локальная социальная сеть; оплата городского транспорта; онлайн информация о маршрутах; возможность подключения к интерактивным объектам (можно выбрать несколько вариантов ответа)

17 ответов



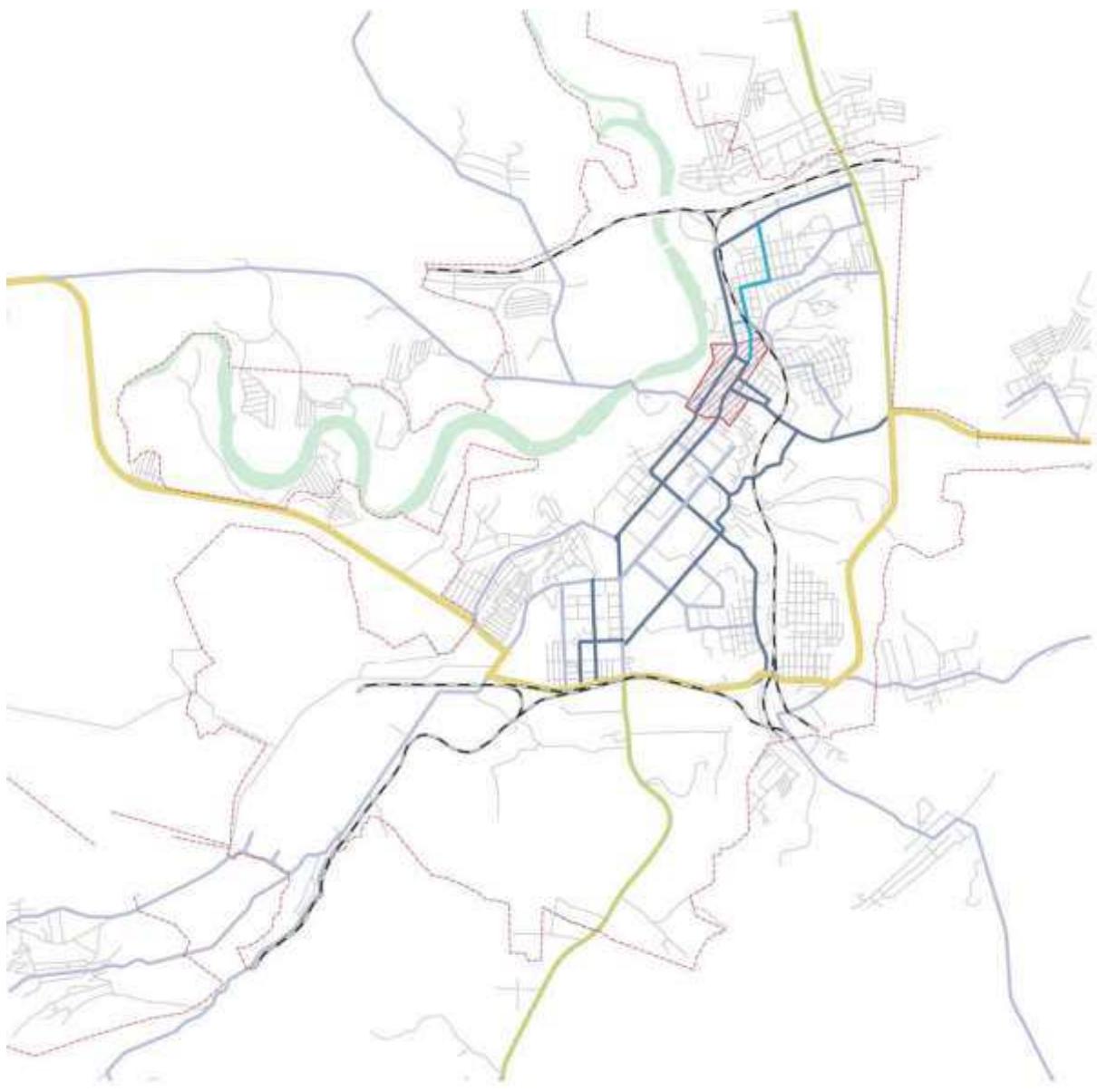
Приложение 11. Результаты социального опроса.



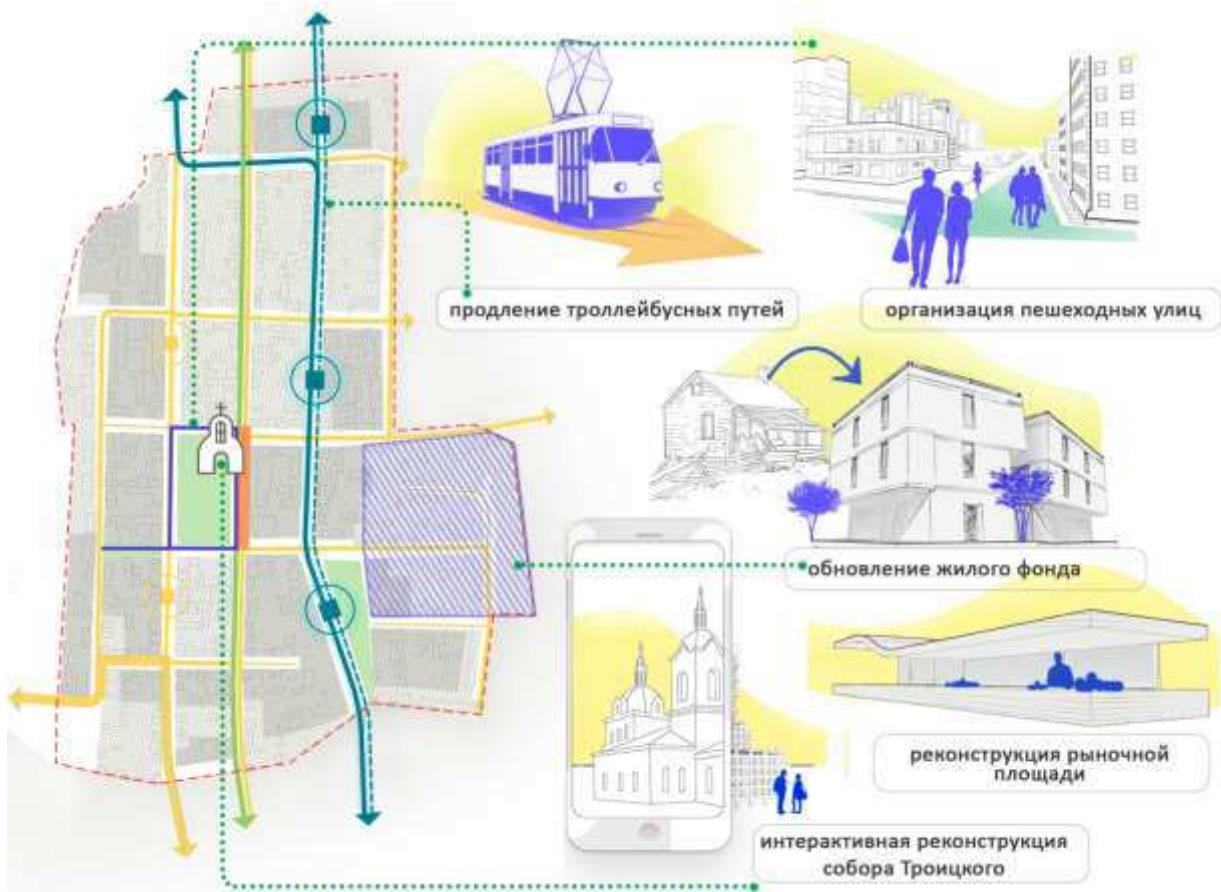
Приложение 12. Комплексный анализ исторического центра города Ачинска.

ПРИЛОЖЕНИЕ В.

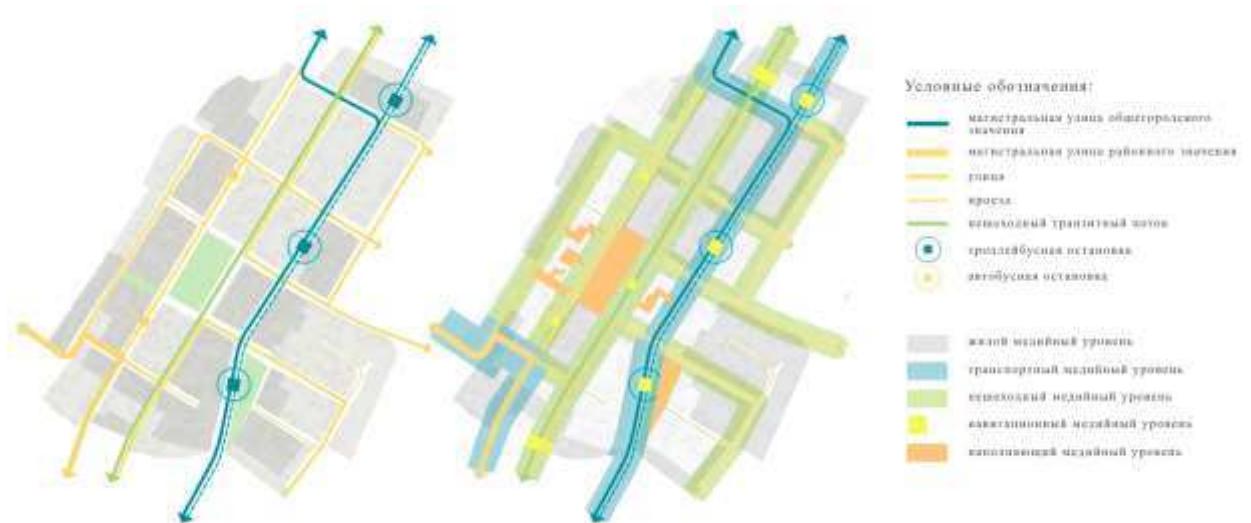
Третья глава



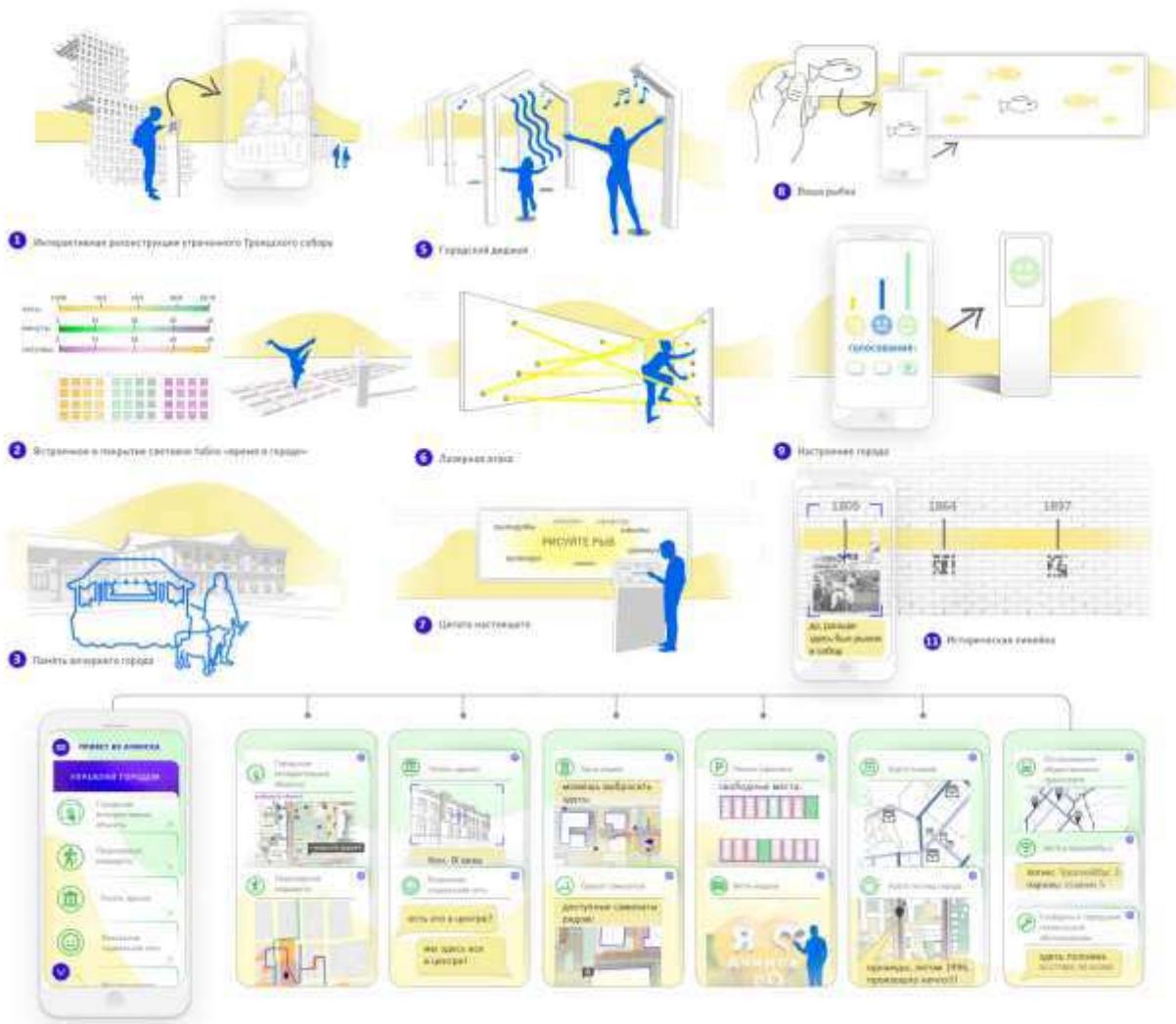
Приложение 13. Анализ транспортной структуры города Ачинска.



Приложение 14. Концепция реконструкции территории исторического центра города Ачинска.



Приложение 15. Наложение медицинских уровней на исторический центр города Ачинска.



Приложение 16. Точечные медийные объекты и мобильное приложение.



Приложение 17. Фрагменты генерального плана исторического центра города Ачинска.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт архитектуры и дизайна
кафедра «Градостроительство»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Кукина И.В.
«24» июня 2021 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

«Организация медийной городской среды как части социального пространства в историческом центре г. Ачинска»

07.04.04 «Градостроительство»

07.04.04.03 «Визуальные коммуникации (Цифровое искусство)»
Visual Communications (Digital Art)

Научный
Руководитель

П подпись, дата

23.06.2021
Доцент кафедры
«Дизайн архитектурной
среды» ИАиД СФУ
ИАиД СФУ

Жоров Ю.В.

Научный
Руководитель

И подпись, дата

24.06.21
Кандидат архитектуры,
зав. кафедрой «Дизайн
архитектурной среды»

Истомина С.А.

Выпускник

Н подпись, дата

23.06.21

подпись, дата

Кандидат архитектуры,
зав. Кафедрой
«Архитектурного
проектирования»

Качаева Н.А.

Рецензент

Г подпись, дата

23.06.21

подпись, дата

Кандидат архитектуры,
зав. Кафедрой
«Архитектурного
проектирования»

Блянкинштейн
О.Н.

Нормоконтролер

Л подпись, дата

Логчюва ЕН

подпись, дата

(фамилия и., о.)

Красноярск 2021