

Засветится в лучшем виде

Что такое медиаархитектура и какую роль играют мультимедийные фасады в городе?

А может и залететь!

Сейчас центр Минска светится: огромные елки с гирляндами, световые фигуры, украшенные витрины. Но праздники пройдут, разноцветные огоньки исчезнут, и наше внимание вновь будут привлекать огромные и яркие элементы городского пространства — медиафасады.

Для чего нужна медиаархитектура? Во-первых, это способ привлечения внимания потребителя к бренду. Так, крупные западные производители компьютерных игр, киноиндустрии, рекламные компании эффектно и эффективно презентуют свою продукцию благодаря 3D-медиафасадам.

Какие только маркетинговые задумки не воплощают! Например, в 2014 году на Таймс-сквер появился билборд площадью с футбольное поле, а в 2023-м в Лас-Вегасе построили высокотехнологичное сферическое сооружение для проведения концертов и спортивных соревнований. «Сфера» имеет светодиодный дисплей, и первый рекламодатель — Национальная баскетбольная ассоциация — размещал на здании изображение баскетбольного мяча. Судя по видео, смотрится зрелищно.

Во-вторых, такие фасады служат для привлечения горожан и туристов к определенной локации. Станет ли сооружение с мультимедийным фасадом в столице «гением» места? Думаю, нет. Здесь нужен объект с историей, душой, воспоминаниями — нечто «раритетное». Зато местом для селфи и рилз вполне может оказаться. Есть вероятность, что эффектные снимки на фоне мерцающего виртуального мира залетят в TikTok. Интересные ролики на мультимедийных фасадах привлекали бы молодежь — тем более это быстрый способ донести важную информацию.

Проекция на город

Перейдем к самим зданиям. Днем на первый план выходит архитектурное сооружение, «тело». Если говорить о домах середины XX века, расположенных на том же проспекте Независимости, то всегда интересно рассматривать лепные элементы, скульптурные фигуры и дру-

Медиаархитектура — дизайнерское оформление фасадов зданий с различными световыми приемами. В ней сочетаются такие дисциплины, как архитектура, дизайн, городское планирование, цифровые медиа и искусство. Медиаархитектура объединяет реальность и виртуальный мир.

гие детали, характерные для сталинского ампира. Дома сами по себе величественны, в них есть индивидуальность, им не нужен «вечерний грим» — максимум грамотная подсветка. Смотрятся неброско и аккуратно фасады Троицкого предместья. Хотя им не помешали бы рождественские световые проекции... Недавно на нескольких зданиях в Санкт-Петербурге появились световые инсталляции — оцифрованные детские рисунки победителей городских творческих конкурсов. Мне кажется, это очень хорошая идея!

Стильная контурная подсветка и на домах в жилом комплексе «Маяк Минска», фасады которых обращены к Национальной библиотеке Беларуси, — она повторяет силуэт зданий, делая акцент на особенностях современной архитектуры.

В 2018 году о бизнес-центре «Футурис» на пересечении проспекта Независимости и Минской кольцевой автодороги писали, что здание «рискует стать новой Меккой для желающих сделать селфи на фоне переливающихся стен». Этого не случилось. Сейчас на бизнес-центре транслируется, по моим наблюдениям, непримечательная реклама. А какой потенциал у здания! Из всех просмот-

ренных роликов (более 10) самыми интересными оказались рекламирующие заведение игорного бизнеса и одну букмекерскую контору.

Выходит, фасад БЦ «Футурис» используется только с коммерческой целью? А будут ли ролики на социальные, культурные темы? Ответил директор рекламного агентства Александр Видникевич:

— Пик размещения рекламы — ноябрь-декабрь, поэтому у вас сложилось впечатление, что мультимедийный фасад «Футуриса» используется только с коммерческой целью. В течение года на нем показывают ролики социальной направленности — нам отправляют поздравления администрации районов Минска, Мингорисполком, Министерство здравоохранения Республики Беларусь, МВД. Горожане видят информационные ролики, предоставленные в том числе МЧС. Также постоянно размещаем видеоконтент о городских акциях.

Специфика медиафасада в том, что он работает в темное время суток по утвержденному Мингорисполкомом графику, который формировался на основе обращений граждан, а архитектурная светодиодная подсветка автоматически включается и выключается. Хочу отметить, что с августа 2020-го на медиафасадах на постоянной основе транслируется государственный флаг Республики Беларусь.

Вы предложили хорошую идею — сотрудничать с белорусскими

цифровыми художниками, ведь техническое оснащение здания позволяет транслировать креативные рекламные видеоролики (например, в 3D-формате) и презентационное видео высокого качества. В 2024 году включимся в работу по этому направлению: проведем конкурс среди художников нашей страны и лучшие работы разместим на самом большом экране Беларуси.

Что показательно

Похожая ситуация с крупным торговым центром на проспекте Победителей и с Национальной библиотекой Беларуси. В первом случае — пицца, интернет-магазин и еще несколько незапоминающихся реклам, во втором — названия букмекерской компании и компании-производителя бытовой техники и аксессуаров премиум-класса, сменяющие друг друга. Что еще размещают на медиафасаде библиотеки? Рассказала заведующая отделом связей с общественностью Национальной библиотеки Беларуси Светлана Кравцова:

— У нас можно разместить два вида рекламы — текстовую информацию и графический рисунок с дополнительными эффектами и анимацией.

На световом табло здания размещаем не только коммерческую рекламу, но и социальную. Например, во время II Европейских игр, помимо слогана, минчане и гости столицы могли видеть пиктограммы видов спорта. В Международный день родного языка — 21 февраля — проводим акции, посвященные белорусскому языку: транслируем праздничные графические рисунки, загадки, цитаты белорусских классиков, слова, которые передают особенности лексики и отражают красоту родного языка: «кветка», «люстэрка», «бусел», «мастацтва», «шыпшына», «натхненне». В этом году на наружном электронном световом табло появятся слоганы, популяризирующие чтение: «Стварай сваю будучыню — чытай!», «Кінь «мышку» — вазьмі кніжку!». А с 1 января на нем можно увидеть тематический логотип Года качества.

Ольга РОПОТ

На мой взгляд, на мультимедийных фасадах сейчас не хватает новогодней световой проекции, запоминающихся видео на актуальные социальные, культурные темы, игры с образами и эффектами.

