

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет мистецтв
Кафедра ДПМ та дизайну

«Допущено до захисту»
Завідувач кафедри
_____ Томашевський В.В.
« ____ » _____ 20__ р.

Реєстраційний № _____
« ____ » _____ 20__ р.

Кваліфікаційний проект на тему:
ПРОЕКТ ОФОРМЛЕННЯ МЕДІЙНОЇ КІМНАТИ КДПУ

Кваліфікаційний проект студента(ки)
групи Д-15
ступінь вищої освіти
«бакалавр»
Напряму підготовки 6.020207 Дизайн
спеціалізація: дизайн інтер'єру
Біцюк Анастасії Андріївни

Керівник: викладач
Пікущий О.І.

Оцінка:
Національна шкала: _____
Шкала ECTS _____ Кількість балів _____
Голова ЕК _____
(підпис) (прізвище, ініціали)
Члени ЕК _____
(підпис) (прізвище, ініціали)
_____ (підпис) (прізвище, ініціали)
_____ (підпис) (прізвище, ініціали)
_____ (підпис) (прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	3
ПЕРШИЙ РОЗДІЛ. МІСЦЕ МЕДІЙНОЇ КІМНАТИ В МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ТА ЗАСОБИ ЙОГО ПРОЕКТУВАННЯ	6
1.1 Медійна кімната, як частина медіасередовища сучасного вищого навчального закладу	6
1.2 Вимоги до медійного центру в цілому та медійної кімнати, зокрема, у вищому навчальному закладі.....	10
1.3 Деякі аспекти методики проектування інтер'єру медійної кімнати вищого навчального закладу.....	21
Висновки до першого розділу.....	24
ДРУГИЙ РОЗДІЛ. ЕТАПИ РОЗРОБКИ МЕДІЙНОЇ КІМНАТИ	26
2.1 Постанова завдання на проектування, технічне дослідження приміщення та виконання функціонального рішення	26
2.2 Розробка концепції ескізу оформлення медійної кімнати та необхідної технічної документації	29
2.3. Економічне обґрунтування	32
Висновки до другого розділу	33
ВИСНОВКИ.....	35
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	36
ДОДАТКИ.....	39
Додаток А.....	40
Додаток Б	43

ВСТУП

XXI століття можна назвати століттям інформації. Якщо раніше всі інформаційні потоки концентрувалися всередині вищого навчального закладу – від викладачів до учнів, то сьогодні вкрай важливо стає зовнішнє інформаційне забезпечення діяльності освітнього закладу. Всі сучасні навчальні заклади починають все більше і більше вкладати зусиль в створення власного іміджу, формування свого позитивного образу для різних цільових аудиторій – керівництва сфери освіти, студентів, або учнів, їхніх друзів і родичів, абітурієнтів і школярів і так далі. Іншими словами, сьогодні все важливіше стає медійна складова діяльність освітнього закладу, тобто діяльність медіацентру і медійної кімнати, як його важливої частини. [9, с. 2].

Актуальність теми обумовлена необхідністю методичної розробки для проектування інтер'єру приміщення медійної кімнати на базі медіацентру вищого навчального закладу, важливістю дотримання всіх основних спеціальних технологій необхідних для функціонування приміщень подібного типу, а також безпосереднім замовленням на розробку медійної кімнати на базі медійного центру Криворізького державного педагогічного університету.

Метою дослідження ми вважаємо досить детальну розробку методики проектування медійної кімнати на базі медіацентру вищого навчального закладу.

В якості **завдань** дослідження ми встановили наступне:

По-перше – дослідити місце медійної кімнати в медіасередовищі вищого навчального закладу та виявити основні засоби його проектування, для чого вважаємо за потрібне:

- виявлення функцій медійної кімнати в медіасередовищі сучасного вищого навчального закладу;
- вказати основні технічні вимоги до медійного центру в цілому та медійної кімнати, зокрема, у вищому навчальному закладі.;
- дослідити деякі аспекти методики проектування інтер'єру медійної кімнати вищого навчального закладу.

По-друге – виконати необхідні етапи розробки медійної кімнати, за такими позиціями:

- скласти постанову завдання на проектування, виконати технічне дослідження приміщення та виконати функціональне рішення;
- розробити концепцію ескізу оформлення медійної кімнати та необхідну технічну документацію;
- виконати економічне обґрунтування проекту медійної кімнати на базі медійного центру КДПУ.

Об’єктом нашого кваліфікаційного дослідження являється сучасна освітня медіаструктура, її місце в інформаційному просторі сучасного вищого навчального закладу, та методика розробки інтер’єру медійної кімнати з урахуванням всіх технічних та технологічних вимог.

Предметом нашого дослідження являється розробка ескізу інтер’єру медійної кімнати на базі медійного центру КДПУ.

Методами дослідження, були обрані наступні:

- аналіз літератури по обраній темі;
- аналіз необхідних функціональних завдань медійної кімнати, як структурної складової медіацентру вищого навчального закладу;
- аналіз технічних та технологічних вимог, що ставляться до функціоналу медійної кімнати вищого навчального закладу в порівнянні з телевізійним павільйоном або студією;
- аналіз та узагальнення сучасної практики оформлення інтер’єру медійної кімнати по аналогії з телевізійним павільйоном або студією;
- моделювання практики оформлення інтер’єру медійної кімнати на прикладі медійної кімнати на базі медіацентру КДПУ.

Практичним значенням одержаних результатів вважаємо використання матеріалів нашого дослідження при розробці методології та необхідних рекомендацій по технології оформлення інтер’єру в медійної кімнати на базі медіацентру вищого навчального закладу.

Робота складається зі вступу, двох розділів по три частини кожний, необхідних висновків, списку використаної літератури з 23-х джерел, та додатків – 18 позицій

ПЕРШИЙ РОЗДІЛ.

МІСЦЕ МЕДІЙНОЇ КІМНАТИ В МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ТА ЗАСОБИ ЙОГО ПРОЕКТУВАННЯ

1.1 Медійна кімната, як частина медіасередовища сучасного вищого навчального закладу

При проектуванні інтер'єру медійної кімнати вищого навчального закладу потрібен багатосторонній аналіз її функціонального призначення та місця в загальному медіа-середовищі вищого навчального закладу. Медійна кімната являється частиною функціональної інфраструктури медійного центру і зазвичай розглядається в комплексі з іншими його складовими частинами.

Термін «медіа» (лат. «media») став модним і широко використовується як аналог терміна ЗМК - засоби масової комунікації.

Поняття медіапростору (медіасередовища) часто використовується як самоочевидне, але в різних дисциплінарних і теоретичних контекстах досліджуються ті чи інші смислові його аспекти, які стають предметом широких дискусій [3, 4, 12, 13, 14,].

Будемо виходити з того, що основним показником цифровий медіапростору являється його орієнтація на аудіовізуальне сприйняття зображення на екрані, починаючи з кіноекрану («великий екран»), телевізійного екрану, комп'ютерного екрану (монітор) і до «екрану в кишені».

При розгляді медіацентру як частини медіасередовища вузу слід брати до уваги, що сьогодні особливо помітним стає явище «нових медіа», які активно розвиваються. В медіаіндустрії «нові медіа» розглядаються і вивчаються з різних точок зору: соціологічною комунікативною, семіотичною, естетичною, мистецтвознавчою, технологічною, і т. п. [1, 7, 15, 17, 18, 19, 22].

В кінці ХХ ст. термін «нові медіа» став використовуватися для позначення альтернативних традиційним ЗМІ інтерактивних видань. «Нові медіа» – це термін, який перш за все, відображає зміни комунікативного і соціального простору під впливом комп'ютерних технологій.

Активно обговорюються і досліджуються зміни в журналістиці, з'явилися нові її різновиди («мультимедійна журналістика», «конвергентна журналістика» та ін) [1, 7, 18, 19].

Нові медіа працюють з новими медіаформатами: інтернетпредставництва (портали) онлайнних ЗМІ; Інтернет-ЗМІ; Інтернет-ТБ (вебкастинг); інтернет-радіо (підкастинг); мобільне ТБ; блогосфера; кіно, розраховане на інтернет-аудиторію; соціальні мережі; twitter; віртуальні спільноти; віртуальні ігри; інші ресурси Веб 2.0 [13,14, 15].

Технологічно нові медіаформати вимагають робити вебкасти, подкасти, робити фото, вести блоги, стежити за соціальними мережами, форумами і відеохостингами, активізувати аудиторію, залучати її у виробництво.

Технологічно для «нових медіа» характерні ознаки: конвергенція, дигіталізація, інтерактивність і належність даних медіаресурсів до мережевого простору. [17, 18, 19],

При організації функціонування медіацентру в вузі за звичай враховується сучасний досвід, накопичений в системі «нових медіа»: робота з новими медіаформатами, новим медіаконтентом, наявність фахівців нових медіапрофесій, необхідність конвергенції, дигіталізації, інтерактивності, приналежності до мережевого простору та нових організаційних конвергентних форм.

Для проектування медіацентру вищого навчального закладу також важливе розуміння аудиторії, з якою і для якої він буде працювати, важливо розуміти ступінь впливу прогресу технологій на соціально-психологічні зміни аудиторії, які відбувалися і відбуваються. Слід брати до уваги як позитивну, так і негативну сторону цих змін, коли мова йде про створення і сприйняття аудіовізуальної інформації студентською аудиторією.

Вченими прийнято вважати 2002 рік, роком цифрової революції [8]. До першого цифрового покоління» відносять тих, хто народився після 1980 р. і дорослішав одночасно з бурхливим розвитком інтернету [11].

Сучасні студенти є представниками «цифрового покоління» – вони народилися і вирости у вік цифрових технологій і існують у цифровому просторі, однією з властивостей якої є його двостороння взаємодія, тобто це простір формує нас, а ми – його.

У соціологічному портреті «цифрового покоління» присутні такі якості, як інформованість, (завдяки постійній включеності в пошукову діяльність) багатозадачність (одночасне сприйняття інформації з декількох каналів і здатність вирішувати кілька когнітивних завдань одночасно), але при цьому відзначається наявність інформаційної перевантаженості і, як наслідок – зниження здатності формувати та оперувати знаннями (тобто систематизувати інформацію, послідовно її освоювати, вибудовувати логічні зв'язки, структурувати матеріал) [11, 21].

Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) не просто змінюють формат мислення, а й створюють можливості для організованих принципово по-новому процесів саморозвитку, самореалізації, групової роботи, спілкування тощо [11].

Медіацентр і вузівські ЗМІ, не існують автономно, вони включені в загальний медіапростір вузу. В рамках цього простору кожен вуз формує своє медіаосвітнє середовище (простір) і вкладає свій сенс у відповіді на питання про те, який медіацентр потрібен і для чого. На різних етапах технологічного прогресу відповіді на ці питання можуть відрізнитися. Роль і місце медіацентру у ВНЗ на етапі загальної комп'ютеризації, коли у вузах впроваджувалися ІКТ і різноманітні комплекси аудіовізуальної техніки, будуть іншими, ніж, на етапі загальної медіатизації.

Медіа це і спосіб комунікації, і знаряддя виробництва, і витончений спосіб симуляції, і засіб маніпуляції свідомістю. Медіа виступає як активатор мислення, яке спирається на зорові образи або уявлення.

Багатоаспектність "медіа" включає техніко-технологічні, соціальні, культурно-ідеологічні, економічні та інші параметри. Відповідно й

аналізувати роботу медіацентру слід з різних сторін техніко-технологічної, інформаційної, освітньої, соціальної, виховної, як ЗМІ та т. п.

Медіацентр – це вже не просто набір певних комплексів аудіовізуальний та іншої техніки, а система створення і розповсюдження аудіовізуальної (мультимедійної) інформації, яка має певні функції. Ці функції в кожному вузі визначаються і трактуються по-своєму.

На практиці роботи вищого навчального закладу у світі, функціонал медіацентру обирають з такими функціями, як інформаційна, освітня, виробнича:

- інформаційна – це отримання, формування і надання інформації в різних формах у вузі і про сам вуз, про події, заходи і т. д., яка реалізується в т. ч. вузівськими ЗМІ;

- освітня-це підготовка і створення освітніх аудіовідеоматеріалів, підтримка процесу навчання, підготовка фахівців, яка реалізується медіацентром при динамічній взаємодії з різними підрозділами вузу;

- виробнича – це створення медіа продукції адміністративно-організаційного характеру.

Не викликає сумніву, що медіацентру належить певне місце і своя роль в медіа-освітньому середовищі. При формуванні медіаосвітнього простору можуть бути обрані певні підходи при розгляді в різних аспектах.

Медіацентр повинен бути:

- орієнтований на системну організацію і забезпечення навчальної, дослідницької та виробничої діяльності студентів в цифровому медіапросторі при активній взаємодії з зовнішнім цифровим медіа-середовищем;

- для вищого навчального закладу і студентів візуально орієтованим інноваційним освітнім майданчиком, де є можливість взаємодіяти, займатися спільною роботою і спілкуватися з представниками різних сфер знання, з визнаними фахівцями в своїй області на дистанції і «в живу», повинен забезпечувати технічну і технологічну допомогу при розробці електронних підручників, візуалізації навчальних матеріалів; інтеграцію наявних ресурсів з

іншими засобами медіаосвіти, бібліотечними фондами та засобами масової інформації;

– для студентів креативною науковою лабораторією, де розробляються та реалізуються інноваційні проекти з освоєнням та застосуванням нових знань, перспективних технологій (комунікації, менеджменту і т. п.), мультимедіа, ІТ, інструменти групового спілкування та комунікаційної діяльності; вдосконалюються навички дослідницької та проектної роботи, нових медіа компетенцій;

– виробничим експериментальним майданчиком: для апробації та просування перспективних технологій; для створення і просування мультиплатформеного медіаконтенту; для створення і просування нових форм і форматів медіаконтенту [11].

В медіацентрі створюється адресний медіаконтент певної спрямованості в різних форматах і формах (Новини, шоу, ТБ трансляції, навчальні фільми, відеолекції і т. п.). Адресність передбачає, що певний медіаконтент адресується певній аудиторії-представникам "цифрового покоління" , з урахуванням специфіки їх мислення та їх психології сприйняття.

1.2 Вимоги до медійного центру в цілому та медійної кімнати, зокрема, у вищому навчальному закладі

Медіацентр освітньої організації це – навчально-практична структура освітньої організації, можливо навіть з великою кількістю відділів і напрямків роботи. Все залежить від комунікативних каналів, які вибирає керівник центру або організації в цілому. Але на практиці віддається перевага одному каналу – найчастіше це телебачення, внутрішнє видавництво або web-ресурс [9, с. 390].

Для роботи медіацентру потрібно організувати приміщення студії, в якому буде відбуватися відео- та аудіо- запис. Таке приміщення, перш за все, повинно бути добре звукоізолюваним, не мати вікон, або виконати необхідну звукоізоляцію вікон. Найоптимальніше і в той же час, найпростіше рішення приміщення для студії – це дві суміжні кімнати: медійна кімната та монтажна

або апаратна, розділені скляною перегородкою. В медійній кімнаті – мікрофони, відеокамери, стіл для ведучих, освітлення, декорації та ін.. Можна передбачити, щоб в цій кімнаті містилося 3-4 людини для запису, наприклад, групового інтерв'ю або круглого столу. Друга кімната-це монтажна або апаратна. Саме тут знаходиться все обладнання, проводиться монтаж запису.

Обладнання повинно включати в собі необхідний мінімум компонентів, це: робочі місця з персональними ноутбуками, інтерактивну електронну дошку, систему відеоконференції, телевізійну студію на базі 1-3-х відеокамер, сформовану медіатеки, штативи, мікрофони, кабелі, програмне забезпечення, навушники, фон для запису з хромакеєм, відеомонтажний комплекс (Дод. А, рис.1.2).

Технічні вимоги, які пред'являються до медійного центру в цілому та медійної кімнати зокрема, можна порівняти з вимогами до телевізійного павільйону або студії. Телевізійним павільйоном, або студією, зазвичай називають окреме спеціально сконструйоване приміщення для проведення телевізійних трансляцій або організації відеозйомок, але на більш високопрофесійному рівні ніж звичайний медіацентр навчального закладу (Дод. А, рис. 1.3).

Розміри і пропорції павільйонів, звичайно, можуть змінюватися в залежності від технологій. Візьмемо для прикладу віртуальні студії. Сьогодні тут потрібні декорації тільки першого плану. Великогабаритні декорації (так званій другий план) у віртуальних студіях генеруються потужними графічними станціями. В даний час такі павільйони можуть розміщуватися на малих площах. Так, корпорація FOR-A декларує, що для їх 2D/3D віртуальної системи Digistorm достатньо площі 3 x 3 м [2].

На самому початку планування технічного завдання на проектування медійного центру або медійної кімнати треба керуватися тими ж принциповими типовими питаннями, як і при проектуванні павільйону, ці питання допоможуть вибудувати весь алгоритм подальшої роботи над проектом. Типовими можна визначити наступні питання:

– Функціональне призначення павільйону. За призначенням павільйони можуть проектуватися як спеціалізовані або багатофункціональні. Багатофункціональний павільйон вимагає швидкої зміни декорацій і перебудови технологій. Щоб ефективно задовольняти вимоги зміни виробництва, потрібно залучити більше персоналу та/або надати павільйону більшу гнучкість. Якщо павільйон передбачається багатофункціональним, то треба визначити основну функцію павільйону і які типи продукції (інтерв'ю, програми новин, презентації, ток-шоу, шоу-програми і т. п.) планується в ньому створювати (Дод. А, рис. 1.1).

– Чи передбачається після здачі об'єкта в експлуатацію внутрішнє використання або комерційне завантаження? Необхідно врахувати: якщо програми будуть продаватися або якщо виробничі потужності павільйону будуть здаватися в оренду, потрібно павільйон з високими споживчими властивостями. При цілком професійному обладнанні павільйону задача його площ в оренду стороннім організаціям у вільний від власної завантаження час буде економічно вигідною.

– Чи потрібно забезпечувати мовні виробничі потужності або досить буде немовних? Повністю мовне обладнання (Broadcast) значно дорожче, ніж обладнання класів «професійний» (Professional) і «промисловий» (Industrial).

– Технологія відеозйомки, що передбачається в павільйоні. Павільйони можуть проектуватися як однокамерні або багатокамерні. Методом виробництва програм можуть бути багатокамерна, однокамерна зйомки або їх комбінація. Дискусії та конференції, так звані «ток-шоу», найкращим чином покриваються технологією багатокамерної зйомки, а технологія однокамерної зйомки найбільш підходить для документальних зйомок і драми.

– Частота використання павільйону. Щоденне багатогодинне використання вимагає більше персоналу і великих інвестицій в гнучкість обладнання, щоб досягти більш швидких замін обладнання та декорацій. Швидка зміна типів програм тягне за собою особливо великі інвестиції в гнучкі системи освітлення. Останні вимагають менше зусиль, але сама

гнучкість досягається за рахунок автоматизації, що робить освітлювальну систему дорожчою.

– Людські ресурси, що планується залучити для експлуатації павільйону. Це може бути місцевий персонал, наймані «вільні художники» (freelance) або комбінація ресурсів.

– Передбачувана амортизація обладнання – залежить від обладнання та його використання. Для деякого обладнання амортизація повинна бути не менше року, а для окремих пристроїв і більше 10 років. Не треба забувати в тому числі, особливо при комерційному використанні павільйону, і про моральне старіння обладнання.

– Передбачувані експлуатаційні витрати. Вартість виробництва, утримання персоналу та обслуговування обладнання повинна включати: фонд оплати праці персоналу (ФОП), вартість створення та утримання гардеробу і реквізитів, орендні і комунальні платежі і т. д.

– Інвестиційна вартість проекту визначається відповідями на всі вищенаведені питання.

Питання розташування медіа-кімнати медіацентру, як і павільйону для відеозйомки безумовно, важливе для планування будівельно-монтажних робіт (БМР).

Першим питанням можна визначити питання інфраструктури: підхідні та під'їзні шляхи, кількість павільйонів та допоміжних приміщень, конфігурація розташування всіх приміщень, зв'язок між ними, лінії постачання електрики, води, газу, вентиляція тощо.

Одним з головних факторів при виборі приміщення для медіакімнати, як і знімального павільйону — це висота стелі, необхідна і достатня для відеозйомки і розташування освітлення, необхідних монтажних конструкцій, тощо.

При виборі приміщення повинні бути враховані ризики порушення звукоізоляції: чи знаходяться в небезпечній близькості шосе, залізниця,

аеропорт або потужний радіопередавач що можуть викликати серйозні інтерференційні проблеми.

При плануванні БМР слід враховувати можливість майбутнього розширення на перспективу можливі розширення: чи це будуть додаткові площі павільйону або взагалі додатковий (новий) павільйон і т. п.

При плануванні павільйону важливо враховувати необхідність наявності контрольних приміщень і вибору технологічного обладнання тому що, павільйон — це лише частина цілого комплексу приміщень, апаратно-студійного блоку (АСБ). Традиційно всередині АСБ, крім власне павільйону, розрізняють три головні контрольні зони: зона контролю виробництва (до складу персоналу входять режисер і його помічники); зона управління відеотрактом (до складу персоналу входять режисер по світлу, відеоінженери, техніки і оператори); зона керування звуковим трактом (до складу персоналу входять звукорежисер і техніки по звуку); виробничі потужності павільйону і всього АСБ складаються як мінімум з трьох складових: технічної, виробничої («продакшн») і «постпродакшн».

Також потреби виробництва можуть змінюватися від однієї програми до іншої. Для задоволення цілком типових потреб виробництва великого спектру програм необхідний цілий комплекс різних приміщень, обладнання та відповідних спеціалістів.

При плануванні виробничих потужностей «постпродакшн», які ранжуються від найпростішого двохпостового лінійного монтажу до потужних гібридних апаратних з графічними станціями і масивами зберігання даних, не забудьте врахувати апаратні звукового дублювання, необхідні як для робіт в режимі «постпродакшн», так і для робіт в режимі студійного виробництва.

При плануванні БМР не треба забувати деякі конструктивні особливості, що вимагаються від медійної кімнати або павільйону. Дуже необхідною є наявність достатнього простору, який дозволяє виконувати всі виробничі операції з достатнім комфортом і абсолютною безпекою.

Площа і пропорції

Типорозміри павільйонів за габаритами поділяються на три групи: великі, середні і малі (Дод. А, табл. 1.1).

Необхідна площа павільйону залежить від видів виробництва, які будуть здійснюватися в цьому павільйоні. Пропорції павільйону (насамперед «ширина/довжина») важливі для великих павільйонів, і якщо ви розраховуєте використовувати максимально можливі площі, то теле - або відеокамери на штативах, п'єдесталах, візках і кранах, а також мікрофони на стійках і «журавлях» повинні легко покривати територію павільйону. Співвідношення ширини до довжини повинно бути в межах від 1: 1,1 до 1: 1,5. Найкраще, коли ця пропорція близька до 1: 1,3. Відношення 1:1 небажано, так як воно створює передумови для незадовільних акустичних властивостей приміщення.

Часто при плануванні павільйону його конструкційна висота - ігнорований фактор, особливо коли в павільйони конвертуються будь-які приміщення вже існуючих будівель. Між тим розрахувати необхідну будівельну висоту павільйону досить просто, якщо врахувати його майбутні експлуатаційні характеристики. Мінімальна необхідна висота визначається через розгляд:

- висоти для підвісу завіси циклорами;
- розміру найбільших сценічних декорацій;
- простору для підвісної системи освітлювальних приладів;
- простору, займаного вентиляційними системами.

Підлога, стіни і стеля

Всі внутрішні поверхні павільйону повинні враховувати динаміку виробничого процесу, що відбувається в ньому.

З усіх поверхонь павільйону підлога — це найважливіший і складний будівельний елемент, так як до нього пред'являється безліч вимог, які часом є взаємовиключними. Підлога павільйону має бути:

- твердою, щоб запобігти вібрації, і «тихою» при ходьбі і переміщенні по ній;

- рівною, щоб при русі камерних візків і п'єдесталів не відбувалися випадкові і небажані струсуи зображення;
- абсолютно горизонтальною. Допустима толерантність, прийнятна для всіх рухомих теле-і відеокамер, становить 1,6 мм на 3 м;
- матовою і кольоронейтральною. Дотримання цієї вимоги в телебаченні особливо важливо, якщо ви не хочете міняти колір зображення при перетворенні «світло/сигнал», особливо, щоб не змінювалися за кольором обличчя акторів у кадрі. Найкращим кольором зовнішньої поверхні підлоги є «сірий матовий», так як він одночасно нейтральний, легкий і слабо відзеркалює;
- антистатичною, щоб «зняти» можливі проблеми статичної електрики;
- стійкою до хімічного впливу, наприклад до частих покриттів водорозчинною фарбою (якщо це потрібно для виробництва певних розважальних програм) і до змивання цієї фарби.

По тонкій підлозі телекамери досить плавно рухатися не можуть, тому при спорудженні підлоги в павільйоні укладається безліч шарів, як у багатошаровому пирозі.

Стіни павільйону повинні бути «товстими» настільки, щоб забезпечувати хорошу звукоізоляцію, і повинні бути акустично оброблені, щоб управляти часом реверберації і якістю звуку в павільйоні. В ідеалі допустимо тільки одне вікно-спеціальне, що з'єднує павільйон і контрольні приміщення. Стеля повинна бути «потужною» і «товстою», щоб забезпечити, по-перше, хорошу звукоізоляцію а, по-друге, підтримку освітлювального обладнання з їх підвісними системами. Якщо будується новий павільйон, треба конструювати стіни незалежно від фундаменту і даху, щоб забезпечити незалежність від конструкційних шумів.

Важливо передбачити розмітку підлоги і стін павільйону. У процесі планування програм і їх виробництва така розмітка допоможе акуратному позиціонуванню сценічного обладнання і значно полегшить сценарну

розробку. Зазвичай стіни маркуються відмітками через регулярні інтервали (півметра або метр), а підлога маркується легкими мітками, створюючи своїми перетинами довідкову решітку.

Доступ до приміщень

В ідеалі павільйон повинен знаходитись на рівні землі для легкого доступу всередину нього різноманітного сценічного обладнання та реквізиту. Головний вхід або в'їзд не повинен мати рамп, бордюрів і ступенів. Студійні двері повинні бути великими, товстими і важкими, щоб забезпечити легкий доступ і достатню звукоізоляцію. Для підвищення пожежної безпеки і просто для зручності акторів і технічного персоналу в додаток до великих, але важким воріт (дверей) при плануванні БМР в проект павільйону закладаються менші за розмірами легковагі двері, але також звукопоглинальні. У будь-якому випадку треба забезпечити в павільйон простий, комфортний і безпечний доступ.

Електроживлення та освітлення

Потреби електроживлення розраховуються в основному з потреб освітлювального обладнання, яке забирає на себе основні потужності. Розрахунки необхідно вести з потреби створити освітленість 500 — 800 люкс на 1 м² сценічного майданчика павільйону.

Звичайно, павільйон вимагає мережевих силових виходів для підключення студійного обладнання: моніторів, суфлерів, мікрофонних підсилювачів і т. ін. Але в своїх розрахунках не треба забувати і про різне електричне обладнання, що використовується у виробництві програм. Для всіх можливих варіантів «живлення» пристроїв, які потребують електроживлення від мережі змінного струму, рекомендується мати мережеву проводку по периметру павільйону, скажімо, з розетками інтервалом через 3-4 м. Якщо очікується, що виробництво програм буде включати використання потужного обладнання для демонстрацій (генератори, пральні машини, СВЧ-печі і т. д.), тоді забезпечте потужні силові виходи (15-30 А або навіть трифазне електроживлення).

Коли виробниче світло не використовується, павільйон все одно повинен освітлюватися ефективно, наприклад, щоб переміщати обладнання та реквізити, приводити в рух такі сценічні можливості, як підйомна або обертова сцена і т. д. Це додаткове світло повинне відключатися як з павільйону, так і з освітлювальною консолі, розташованої в одній з контрольних апаратних. Також необхідний так званий третій контур освітлення — екстрена освітлювальна система, яка зазвичай включає в себе освітлені таблички виходу, що автоматично перемикаються на живлення від батарей, якщо відключається основне живлення.

Багато павільйонів вимагає подачі газу, холодної та гарячої води. Для таких заходів, як приготування їжі, хімічні експерименти, сценічні ефекти (басейни, водні ситуації і т. д.), павільйон повинен мати ефективну дренажну систему.

Для окремих програм в павільйоні цілком може бути доречним стиснене повітря. Для цього передбачається стаціонарний компресор, але він, на жаль, є ще й потужним генератором шуму і вібрації, тому необхідно буде подумати і про захист від цих шкідливих впливів.

Акустика павільйону

В медіакімнаті, як і в павільйоні відбувається робота не тільки із зображенням, але і зі звуком. Для якісної звукопередачі і звукозапису при будівництві павільйону потрібно вирішити два завдання:

- домогтися звукоізоляції від небажаних звукових впливів;
- змоделювати необхідні акустичні характеристики павільйону.

Цілком очевидно, що павільйон повинен бути добре ізольованим від зовнішніх шумів. Хороша звукоізоляція відносно дорога (100 — 400 дол. на 1 м² в залежності від якості використовуваних матеріалів і СМР).. Рекомендований рівень фонового шуму павільйону (внутрішньо генерований, наприклад, вентиляторами камер, двигунами об'єктивів і сервоприводів, вентиляцією павільйону і т. д), а також, і шуму, що відбувається зовні павільйону, знаходиться в діапазоні 30 дБ.

Крім шуму, народженого обладнанням павільйону, в павільйоні є два типи шумів, що генеруються зовні. Перший — це структурний шум, тобто звук, народжений конструктивом будівлі, де розташований павільйон. Основною складовою структурного шуму є вібрація, яка надходить через конструкцію будівлі, трубопроводи і т. д. Така акустична інтерференція зазвичай є дорогою в плані її усунення вже після виконання БМР [16]. Хороший початковий дизайн будівлі і павільйону, а також планування БМР — гарантія домогтися задовільної звукоізоляції. Там, де структурно народжений шум неприйнятний, єдина можливість зупинити його — це вимкнути джерело цього звуку під час запису або трансляції. У деяких випадках окреме обладнання (наприклад, компресори повітря) потрібно розмістити на віброізолюючих підставах, щоб вібрація передавалася будівельним конструкціям в меншій мірі.

Другий тип шумів — шум, народжений в повітрі. Від такого шуму часто можна позбутись, або значно зменшити його за рахунок забезпечення всіх дверей павільйону магнітними присосками по їх периметру. Будь-які вікна в павільйоні повинні бути дво-або навіть тришаровими. Відстані між шарами в таких вікнах повинні бути більш широкими, ніж використовуються для звичайних термоізоляційних вікон. Мінімум 150 мм між сусідніми шарами скла. Якщо цю вимогу неможливо дотримати, по всьому периметру повинні бути прикріплені важкі затвори з хорошими присосками. Основне правило: чим масивніший елемент, тим краща звукоізоляція від шуму, народженого в повітрі. Хоча в деяких випадках можуть бути ефективні спеціально сконструйовані легковагі багатошарові конструкції.

Звук також може «витікати» (просочуватися) через маленькі апертури (дірки), тому при плануванні БМР слід передбачити ізоляцію щілин на всіх дверях і вікнах. Треба пам'ятати, якщо павільйон після його будівництва або модернізації буде мати проблеми з проникненням повітряних шумів, належить акуратно дослідити приміщення на предмет виявлення отворів (в особливості,

всі вхідні точки для проводки кабелів, водних і каналізаційних труб і т. д.) для їх подальшого ефективного закладення.

Також джерелом шуму можуть бути вентиляційні системи павільйону, якщо вони погано спроектовані. В такому випадку їх доведеться відключати під час зйомок або трансляції. Якщо коротко, то хороша вентиляційна система повинна мати великий перетин вентиляційних повітроводів, так щоб звук в них рухався відносно повільно. Повороти в розводці вентиляційних повітроводів повинні бути з великим радіусом, щоб зменшити турбулентність, а внутрішні їх стінки можуть мати вбудований звукоабсорбуючий (звукопоглинальний) матеріал.

При проектуванні акустики павільйону треба враховувати, так званий акустичний резонанс — виникнення звукової стоячої хвилі між паралельними непоглинаючими площинами. Характер звуку, «зібраних» мікрофоном, залежить від того, як він розташовується по відношенню до таблиці інтенсивності цих стоячих хвиль. Акустичного резонансу можна уникнути розсіюванням звуку. Це звичайно досягається внесенням продуманих нерівностей (так званих пілонів) у відповідні поверхні таким чином, що звукові хвилі розсіюються в процесі відображення.

Стоячі хвилі зазвичай не є серйозною проблемою у правильно сконструйованих павільйонах, так як абсорбери (поглиначі) на стінах і на стелі добре зменшують відображену енергію звукових хвиль. До того ж додаткове розсіювання забезпечується за рахунок присутності технічного обладнання, сценічного реквізиту і людей в павільйоні. Однак «стояча хвиля» може статися навіть за правильної «організації» стін павільйону, наприклад, коли комплект декорацій включає в себе тверді паралельні площини. У цьому випадку запис звуку в межах цих декорацій може бути низької якості. Найкраще рішення тут — видозмінити декорації. Протилежні поверхні розташовуються в непаралельних площинах і виконуються з матеріалу з малими коефіцієнтами відображення, наприклад м'який брезент замість, скажімо, твердого пластику.

Час реверберації – важливий показник якості БМР, виконаних в павільйоні, так як він значно впливає на фінальну якість звуку. Тому обов'язково треба закладати в плановані БМР розрахунки часу реверберації павільйону. Якщо час реверберації занадто короткий, мова, що звучить, здається сухою (мертвою, ненасиченою), а музика втрачає теплоту і прозорість. Занадто великий час реверберації, однак, наповнює мову луною і робить її віддаленою.

При плануванні БМР з урахуванням реверберації рекомендується націлюватися на те, щоб зробити час реверберації павільйону досить малим, так як реверберація завжди може бути додана штучно на виході звукового тракту павільйону (так звана активна реверберація за допомогою використання електронних ревербераторів), але ніколи не може бути зменшена без втручання в конструктив приміщення. Однак зробити павільйон відповідного розміру з дуже малим часом реверберації важко, особливо, якщо підлога тверда і тому не поглинає звук. Один з варіантів боротьби за малу реверберацію — «прогумована» наливна підлога. Рекомендований час реверберації для великих павільйонів знаходиться в діапазоні 0,7-1,1 с, для малих павільйонів - в діапазоні 0,3-0,5 с. На практиці малий павільйон реалізувати важче, тим більше якщо ви розраховуєте працювати в ньому і з мовою, і з музикою [16].

Проте, якщо немає можливості дотриматися всіх необхідних вимог до акустики приміщення медіакімнати, то сучасне обладнання дозволить робити якісний запис з мінімальними витратами в звичайних приміщеннях (класах, кабінетах).

1.3 Деякі аспекти методики проектування інтер'єру медійної кімнати вищого навчального закладу

На основі досить детального аналізу всіх необхідних технічних та технологічних вимог до функціонування медійної кімнати треба виділити деякі основні аспекти методики проектування її інтер'єру. Медійна кімната, як і

сучасна телестудія - це досить складна і багатофункціональна система, яка дозволяє створювати якісний медіаконтент.

В умовах безперервного потоку інформації через інтернет і ТБ, а також величезного вибору медіаконтенту, важливо не тільки залучити, але й утримати увагу глядача. Для цього слід врахувати всі тонкощі створення контенту, починаючи від злагодженої роботи команди, закінчуючи правильним плануванням приміщень та інтер'єру студії.

Знімальний майданчик – це обличчя практично кожної телевізійної студії, а медійна кімната університету, відповідно являється обличчям цього вищого навчального закладу. Оформлення, дизайн інтер'єру медійної кімнати може змінюватися відповідно до формату і жанру контенту. Тому до проектування медійної кімнати вищого навчального закладу необхідно підійти з усією відповідальністю.

Проектування інтер'єру медійної кімнати – досить непроста робота, що вимагає урахування безлічі аспектів, головні з яких для успішності проекту, з точки зору сприйняття глядачем, спробуємо визначити:

– Першим аспектом, що впливає на глядача і водночас являється, так би мовити візитною карткою вищого навчального закладу, можна визначити **стиль**. В цьому плані дуже важливим являється дотримання єдності стилю інтер'єру з жанром і форматом продукту. Всі компоненти повинні гармонійно поєднуватися між собою і створювати приємну атмосферу для телеглядача.

– Але досить одноманітна картина зображення (навіть якщо ідеально виважена з точки зору гармонії), навряд чи надовго утримає увагу глядача, до того ж різноманітність контенту медіапродуктів та нерідка обмеженість об'єму приміщення медійної кімнати, потребують **мобільності декорацій**. Для успішного вирішення всіх цих проблем важливо, щоб елементи інтер'єру можна було швидко змонтувати і демонтувати для зйомок різних локацій.

Дуже важливим аспектом при будь-якому проектуванні являється обов'язкове урахування безпеки і зручності роботи. Грамотне проектування медійної кімнати повинно враховувати не тільки поставлені завдання красивої

та динамічної картинки, але перш за все, повну безпеку персоналу. І цей аспект повинен бути домінуючим при виборі всіх можливих планувальних та візуальних рішень проекту, неможна, наприклад, узгоджувати проект в котрому дуже велика можливість виникнення пожежі, чи не підходяща для поставлених завдань вентиляційна система.

Перш ніж приступити до стилізаційних пошуків інтер'єру і декорацій медійної кімнати необхідно співвіднести габарити студії з поставленими цілями. Наприклад, знімати новинну передачу або рекламні ролики можна у відносно невеликому приміщенні, а от різні ток-шоу з великою кількістю глядачів у залі зажадають набагато більшого простору.

На наступному етапі потрібно розробити візуальний стиль студії, який повинен, по-перше, відповідати формату медіаконтенту, по-друге, стати його візитною карткою. Правильно створений дизайн інтер'єру медійної кімнати не тільки привертає телеглядача, але і створює у нього відчуття певного життєвого простору.

При проектуванні інтер'єру медійної кімнати, як і телевізійної студії використовуються наступні **візуальні прийоми**:

– **Колірна гамма** повинна надавати правильний вплив на емоції і сприйняття глядача (акцентувати увагу або навпаки знімати напругу).

– **Правильне освітлення** допомагає візуально коректувати розміри студії (наприклад, теплі тони роблять об'єкт в кадрі візуально ближче, а холодні, навпаки, "віддаляють" його).

– **Геометричні рішення** дозволяють створити у глядача відчуття більш просторого приміщення, ніж насправді. Крім того, за допомогою геометрії можна акцентувати або розсіяти увагу телеглядача на певних зонах студії.

– Грамотне **поєднання фактури і текстури** як при обробці приміщення, так і предметах меблів дозволяє створити єдиний стиль телестудії.

Слід звернути увагу на те, що тільки правильне і збалансоване використання всіх прийомів дозволяє повноцінно розкрити всі нюанси і особливості вибраного стилю.

Висновки до першого розділу

Основні фактори, які впливають на місце і роль медіацентру вищого навчального закладу в умовах нового цифрового інтерактивного медіапростору це: багатоаспектність медіа; належність до медіаосвітнього простору; причетність до вузівських ЗМІ; досвід «нових медіа»; розуміння соціально-психологічних змін, які відбуваються під впливом технологій; специфіка «цифрового покоління».

Багатоаспектність «медіа» включає техніко-технологічні, соціальні, культурно-ідеологічні, економічні та інші параметри. Відповідно і розглядати роботу медіацентру слід з різних боків техніко-технологічної, інформаційної, освітньої, соціальної, виховної, як ЗМІ і т. п.

Відповідно до виявлених факторів, місце медіацентру в медіаосвітньому просторі, де він повинен бути не просто системою техніко-технологічного забезпечення, а відігравати багатофункціональну роль

Функціонал медіацентру повинен включати інформаційну, освітню і виробничу складові, які мають певне трактування. У відповідності з цим функціоналом медіацентр має стати: візуально орієнтованим інноваційним освітнім майданчиком; креативною науковою лабораторією, де розробляються і реалізуються інноваційні проекти з освоєнням і використанням нових технологій: виробничим експериментальним майданчиком для створення та просування нових форм і форматів медіаконтенту.

При створенні медіаконтенту важлива творча складова, яка первинна по відношенню до технологічної.

При проектуванні медійного центру взагалі, та медійної кімнати – зокрема, важливо враховувати дуже багато технічних, технологічних та

естетичних аспектів. Вимоги, що пред'являються до медіацентру та медійної кімнати, зокрема, відповідають в цілому вимогам до телевізійної студії або знімального павільйону, це і звукоізоляція, і освітлення, і відповідна інфраструктура, і технічні кімнати, і декорації, і стиль оформлення. Тому, при проектуванні медійного центру вищого навчального закладу слід керуватися усіма загальними вимогами до телевізійних студій та павільйонів з урахуванням вузівської специфіки.

Тому при виконанні перед-проектної частини роботи дуже важливо узгодити всі побажання до функціоналу медіацентру та відповідні їм технічні та технологічні вимоги, а також вимоги до безпеки: які типи зйомок та трансляцій повинні відбуватися, яке планується оснащення, характеристики приміщення, що виділяється під медійну кімнату, кількість і специфіку персоналу, який вплив очікується на глядача, і таке інше. Все це треба прийняти до уваги при розробці і узгодженні функціонального рішення.

Тільки після узгодження всіх деталей функціоналу приміщення медійної кімнати можна переходити безпосередньо до розробки ескізної частини проекту медійної кімнати. Основними аспектами цієї частини можна вважати розробку стилю студії та розробку мобільних декорацій. Основними візуальними прийомами, що використовуються при проектуванні інтер'єру можна назвати можна назвати колірну гамму, освітлення, геометричні рішення, та гармонійне поєднання фактур та текстур.

ДРУГИЙ РОЗДІЛ.

ЕТАПИ РОЗРОБКИ МЕДІЙНОЇ КІМНАТИ

2.1 Постанова завдання на проектування, технічне дослідження приміщення та виконання функціонального рішення

Для проектування медійної кімнати були поставлені такі завдання:

Розробка медійної кімнати на базі аудиторії № 130, головного корпусу Криворізького державного педагогічного університету.

Медійна кімната повинна бути багатофункціональною, щоб забезпечити відеозйомку інформаційного, освітнього та виробничого матеріалу. Основні медійні проекти, які плануються до регулярного виробництва це: 1). «Круглий стіл», – як місце різного роду невеликих конференцій, тематичних зустрічей та обговорення важливих питань, при цьому необхідна одночасна присутність членів круглого столу до 5-ти чоловік та глядачів присутніх в студії до 10 чоловік; 2). Інтерв'ю з цікавою людиною вимагає присутності в одному кадрі до 3-х людей (один інтерв'юер та до двох тих, що інтерв'юються; 3). Демонстраційний майданчик на якому передбачається зйомка виробничих новин, відеоматеріалу до лекцій, лабораторних, практичних та самостійних занять, але таких, що не потребують спеціального обладнання та особливих умов безпеки, в кадрі можуть бути присутніми 1-2 людини.

Медійна кімната передбачає використання на потребу внутрішніх вузівських завдань. Комерційне завантаження на даному етапі не передбачається.

Обладнання медійного центру і медійної кімнати передбачається приблизно середнього класу немовної потужності. Трансляції будуть проводитися лише через мережу Інтернет.

Технологія відеозйомки передбачається переважно як однокамерна, але з потенціальною можливістю до 2-х, 3-х камер з різних ракурсів.

Частота використання передбачається щоденною, за відповідним графіком відеозйомок та додаткових зйомок поза графіком за необхідністю.

Людські ресурси передбачаються з числа персоналу вузу – студентів, викладачів та робітників на такі посади: ведучого, диктора, інтерв'юера, одного оператора відеозйомки, одного оператора звуку, одного монтажера (можливі сумісництва).

Амортизація обладнання передбачається для апаратури (відеокамери, мікрофони, мікшери, софіти і т. ін.) та меблів до 10 років, декорації – від 1 до 5 років.

Оформлення медійної кімнати повинно відповідати в цілому фірмовому стилю КДПУ: логотип вузу, фірмові кольори – основний темно-синій з вкрапленнями жовтого та білого. Але необхідно ввести в оформлення сучасну молодіжну медійну тематику.

Назва медіа-кімнати: Молодіжний прес-центр НБЮЗ-РУМ КДПУ. Необхідна розробка логотипу.

Після детального узгодження технічного завдання було проведено технічне дослідження приміщення, в ході якого була виявлена наступна інформація щодо існуючої ситуації на момент початку проектних робіт:

Аудиторія № 130 головного корпусу КДПУ за адресом – пр. Гагаріна, 54, який розташовано в громадській зоні Індустріального р-ну міста Кривого Рогу. Аудиторію розташовано на першому поверсі корпусу в правому крилі (Дод. Б, рис. 2.1, 2.2).

Аудиторія має в плані прямокутну форму.

Габаритні розміри аудиторії: довжина – 6 500 мм, ширина 4 700 мм, висота 3 500 мм. Площа полу складає 30,55 м². Загальний об'єм планувального простору складає – 106,9 м³. На основі обмірних даних складено креслення (Дод. Б, рис. 2.3).

Таким чином співвідношення сторін стін складає – 1: 1,5, що є цілком прийнятне для необхідних акустичних властивостей приміщення (Дод. А, таб. 2.1). Висота стелі в 3,5 м. є цілком достатньою для декорацій та монтажу необхідних конструкцій підвісних систем для освітлення і проведення

вентиляційних каналів. За площею аудиторія підпадає під категорію малих медійних кімнат, тому важливість мобільності декорацій зростає.

Аудиторія має два великих прямокутних вікна розміром 1 950 мм по горизонталі та 2 350 мм по вертикалі, які розташовані вздовж довгої стіни на рівні 800 мм від підлоги з інтервалом 510 мм. Вхід в аудиторію забезпечується дверима, що розташовані на протилежній вікнам стіні і мають габарити 1 500 мм по горизонталі і 2 500 мм по вертикалі.

Вікна аудиторії виходять на північний захід, тому інсаляція приміщення відбувається у другій половині дня ближче до заходу сонця.

Стіни аудиторії відносяться до несучих конструкцій, виконані з білої силікатної цегли і мають товщину 510 мм. Міжповерхові перекриття залізобетонні плити товщиною 300 мм.

Покриття підлоги виконано з дерев'яного помосту покритого лінолеумом, покриття стін і стелі – штукатурка під вапняну побілку.

Аудиторія підключена до системи центрального опалення, електрики, та системи пасивної вентиляції.

Джерел конструктивного шуму (водогін, каналізація і т. п.) поблизу приміщення не було виявлено.

За для реалізації поставлених технічним завданням задач пропонуються наступні заходи:

Підлога повинна бути покрита спеціальним рівним матовим наливним багатошаровим прогумованим звукопоглинаючим покриттям нейтрального кольору.

Стіни аудиторії являються досить товстими і зовнішні звуки мало проникають до середини приміщення, але для більшої звукоізоляції та усунення ефектів реверберації є потреба покриття поверхні стін та стелі звукоізоляційним шаром зі звукопоглинаючим ефектом.

Віконні пройми, за бажанням замовника не будуть закладатися, тому для створення звукоізоляції виникає потреба в установці спеціальних трикамерних

звукоізоляційних вікон та жалюзійних штор для поглинання ефектів реверберації.

Також необхідно встановити звуконепрозакні подвійні двері. Існуючі ширина і висота дверної проєми вважається досить достатніми.

Вентиляційну систему потрібно доповнити активною системою кондиціонування з пониженим виробництвом шуму.

Електрику доповнити розетками по периметру приміщення з інтервалом 2 м на висоті до 300 мм від підлоги.

Після проведення технічного дослідження, складання та затвердження списку необхідних заходів по реконструкції приміщення, було складене креслення планувального рішення з відображенням функціонального зонування приміщення (Дод. Б, рис. 2.3).

Кути приміщення позначені в планувальному рішенні літерами латинського алфавіту відповідно за годинниковою стрілкою: А – кут орієнтований на південь, В – кут орієнтований на захід, С – кут орієнтований на північ, D – кут орієнтований на схід

Приміщення медійної кімнати умовно розділяється на 3 зони: 1. – зону інтерв'ю (2-3 людини в кадрі), орієтована на кут В; 2. – зону новин, лекцій, демонстрацій, тощо (1-2 людини в кадрі) орієтована на кут А; 3. – зону круглого столу (до 5-ти людей за столом в кадрі, до 10-ти глядачів в кадрі або поза кадром), права, відносно входу, частина кімнати.

2.2 Розробка концепції ескізу оформлення медійної кімнати та необхідної технічної документації

Після виконання та затвердження планувального рішення переходимо до глибокої розробки художньо-естетичного аспекту проекту. Було проведено детальне дослідження в якому розглянуто дуже багато прикладів оформлення сучасних телевізійних студій та аналогічних медійних кімнат різних навчальних закладів.

При розробці стилю за основу були взяті два варіанти кольорової схеми (Дод Б, рис. 2.5):

1. Блакитний та жовтогарячий, де жовтогарячий колір виступає основним, а блакитний акцентним. Дана кольорова схема дозволяє надати свіжість інтер'єру приміщення, але позбавляє надмірного охолодження. Блакитний колір, за рахунок своєї легкості буде добре розширювати інтер'єр на візуальному рівні, що актуально для невеликих кімнат.

2. Жовтогарячий і блідо-фіолетовий, в цьому поєднанні кольорів жовтогарячий являється домінуючим, а блідо-фіолетовий являється кольором який доповнює, він м'яко підкреслює домінанту, тим самим візуально розширюючи інтер'єр.

Було розроблено три варіанти внутрішнього оформлення приміщення. Всі варіанти були представлені у вигляді розгорток стін. Кожна стіна позначається латинськими літерами відповідно кутів, між якими знаходиться: АВ – південний захід (глуха стіна), ВС – північний захід (розташовані вікна), CD – північний схід (глуха стіна, розташовані шахти пасивної вентиляції), DA – південний схід (розташовані вхідні двері).

За основу загальної композиції всіх варіантів було взято розвиток теми за годинниковою стрілкою (зліва – направо) по периметру стін. Початок теми композиції знаходиться на стіні АВ, далі переходимо до стіни ВС, CD і закінчуємо стіною DA.

Початком теми (стіна АВ) у всіх варіантах являється один з двох варіантів розробленого логотипу НЬЮЗ-РУМ КДПУ (Дод. Б, рис. 2.6).

В першому варіанті логотипу (Дод. Б, рис. 2.6.1) основним графічним образом являється стилізація цифрової фотокамери, як основного інструменту, що використовується в сучасному медійному просторі.

В другому варіанті логотипу (Дод. Б, рис. 2.6.2) основним графічним образом являється багатокольорова квітка, в центрі якої розташовано стилізовану земну кулю, а пелюстки являються стилізованим зображенням людей, одна з пелюсток представлена у вигляді піктограми, що

використовується в сучасних електронних мапах для позначення якого-небудь цільового пункту. Цей логотип символізує собою міжнародні стосунки, які повинна забезпечити медійна кімната.

Далі розвиток основної теми композиції медійної кімнати переходить на стіну ВС, в міжвіконному просторі якої в першому та третьому варіантах оформлення розташовується вертикальний напис електронної адреси нашого університету, а в другому варіанті оформлення – головні гасла сучасної людини з активною життєвою позицією у вигляді хеш-тегів: #діяльність, #взаємодія, #майстерність.

Третя стіна (CD) буде служити основним фоном для зйомки мініконференцій, вздовж неї буде розташовано ряд з 10 стільців, в зв'язку з чим при зйомці камера повинна бути знімати так званий прохід по обличчям присутніх глядачів конференції, тому ця стіна під час зйомки буде задіяна спільно з кутами прилеглих стін (BC DA). Композиція цієї стіни залучає частково прилеглі стіни.

В варіантах 1 та 3 в кутах прилеглих стін розташовані фото з активного суспільного життя студентів КДПУ, а центром всієї композиції цієї стіни являється напис «НЬЮЗ-РУМ КДПУ» з розташованими обабіч нього хеш-тегами гасел активної життєвої позиції та головними гаслами КДПУ.

У варіанті 2 основою являється шрифтова композиція, яка починається з кута лівої прилеглої стіни і завершується стилізованими профілями обличч на правій прилеглій стіні. Центральним написом шрифтової композиції являється «WEB ON-LINE КРИВОРІЗЬКИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ», що символізує собою міжнародні зв'язки нашого вузу.

Остання стіна (DA) завершує собою основну композицію медійної кімнати. Тут розташовуються логотипи різних світових медійних порталів та соціальних мереж.

Всі стіни пов'язуються між собою горизонтальною смугою яка динамічно міняє свій колір та позицію відносно стіни по периметру всієї медійної кімнати.

Для зйомки новинних сюжетів, навчального матеріалу, інтерв'ю та інших матеріалів, в кутах А та В планується за допомогою мобільних декорацій утворювати невеличкі локації. В якості декорацій виступають 3 вертикальні планшети розміром 1 500 мм на 2 500 мм на стойках, оформлення яких може мінятися відповідно темі зйомок, а при необхідності можуть легко демонтуватися. Планшети можна по різному виставляти – окремо, кутом, дугою, також в якості оформлення них можна використовувати хромакей, що суто розширить можливості оформлення локації при зйомці різних сюжетів.

Для більшої наочності до проекту надані перспективні вигляди проєктованої медійної кімнати (Дод. Б, рис. 2.12-2.14) та зроблений макет з пластику у масштабі 1 : 10.

2.3.Економічне обґрунтування

В таблиці наведемо кошторис матеріалів, необхідних для реконструкції приміщення під медійну кімнату.

№	Матеріал або послуга	Виробник	Одиниця виміру	Вартість за одиницю	Кількість	Загальна вартість
1.	Шумоізоляція, звукоізоляція підлоги армована плівкою 4мм	Терафом	1 М ²	52,22 грн.	30,55 м ²	1 595,3 грн.
2.	Акустична підвісна звукопоглинальна панель Ecosound Quadro Acoustic Wave Grey. 50мм 1x1м Колір сірий	Ecosound	1 М ²	900 грн.	30,55 м ²	27 495 грн.
3.	Студійна акустична звукоізоляційна піна звукопоглинаюча панель для обробки клина 1TopShop	Китай	1 М ²	279,90 грн.	78,4 м ²	21 944,16 грн.
4.	Шумоізоляційні вікна Opentek, 2 камери	Opentek	1 950*2 350 мм.	5 800,0 грн.	2	11 600,0 грн.

5.	Звукоізоляційні сталеві двері HS75	Normann	1 500*2 500 мм	18 500 грн.	1	18 500 грн.
6.	Тканинні жалюзі	Чехія	1 М ²	315 грн	9,2 м ²	2 898 грн.
7.	Друк 720 dpi на плівці білій, 100 мкм (Китай), 140 гр.		1 М ²	150 грн.	12 м ²	1 800,0 грн.
8.	Столи (орієнтовно)	Даск	Шт.	1 200 грн.	5	6 000 грн.
9.	Планшети (орієнтовно)	Даск	Шт.	1 000 грн.	3	3 000 грн.
Загальна вартість виконання проекту						94 832,46 грн.

Висновки до другого розділу

Передпроектний етап роботи розпочався з постанови технічного завдання на проектування медійної кімнати. Згідно завдання медійна кімната повинна бути багатофункціональною для забезпечення відеозйомки трьох основних типів відеоконтенту: мініконференція, інтерв'ю, демонстрація. Медійна кімната передбачає використання на потребу внутрішньо вузівських завдань, немовної потужності, з технологією зйомки до 3-х камер, щоденного використання за графіком. Людський ресурс передбачається до 6-ти посад з можливим сумісництвом. Амортизація обладнання передбачається від 1-5 до 10 років експлуатації. Оформлення медійної кімнати повинно відповідати в цілому фірмовому стилю КДПУ з введенням сучасної молодіжної тематики. Назва медіа-кімнати: Молодіжний прес-центр НЬЮЗ-РУМ КДПУ. Необхідна розробка логотипу.

Після отримання технічного завдання було проведено детальне технічне дослідження приміщення призначеного до реконструкції, зроблене обмірне креслення та видано низку необхідних заходів щодо відповідності його вимогам, які ставляться перед медійною кімнатою, основними з котрих вважаються покращання звукоізоляційних характеристик приміщення, та встановлення активної вентиляційної системи з низькими показниками вироблення шуму.

На наступному етапі було складене креслення планувального рішення з відображенням функціонального зонування приміщення. Функціонально приміщення медійної кімнати умовно поділяється на три локації, згідно технічному завданню: зону інтерв'ю, зону новин, лекцій, демонстрацій, тощо, зону круглого столу. Завдяки мобільним декораціям кожна з зон може змінюватися в більшу чи меншу сторони.

Після затвердження функціонального рішення ми перейшли до виконання ескізу оформлення приміщення медійної кімнати. Були вибрані дві кольорові схеми, на основі яких розроблені три варіанти оформлення приміщення медійної кімнати. Також паралельно велась робота над ескізом логотипу медійної кімнати і були розроблені два варіанти.

Також, для більшої наочності, до проекту надані перспективні вигляди проектованої медійної кімнати та був зроблений макет з пластику.

Загальна вартість матеріалів для реконструкції приміщення аудиторії № 130 під медійну кімнату складає близько 95 000 грн.

ВИСНОВКИ

В наш час існує крайня необхідність в зовнішньому інформаційному забезпеченні діяльності будь-якого освітнього закладу, складанні його власного іміджу, формуванні позитивного образу. Цю функцію може забезпечити медійний центр, побудований на базі навчального закладу. Одною з найважливіших складових медійного центру можна назвати медійну кімнату, саме в ній формується образ закладу, на базі якого вона функціонує. Важливим фактором функціонування медійної кімнати є грамотна побудова внутрішнього простору з точки зору дотримання необхідних технологій, а також гармонійним оформленням інтер'єру за для емоційного впливу на глядача.

Наше дослідження було обумовлене актуальною необхідністю методичної розробки для проектування інтер'єру приміщення медійної кімнати на базі медійного центру вищого навчального закладу, необхідністю вивчення та дотримання всіх основних технологій при проектуванні приміщень подібного типу в зв'язку з технічним завданням на розробку медійної кімнати, отриманим безпосередньо від Криворізького державного педагогічного університету.

В ході роботи ми провели досить глибоке детальне дослідження літератури про засоби організації функціонування медійного центру, зокрема побудованого на базі вищого навчального закладу, виявили структуру його роботи, технологію, вимоги до улаштування приміщень, виявили найбільш важливу інформацію для методики розробки проекту інтер'єру приміщення медійної кімнати і склали детальний опис поетапної розробки з економічним обґрунтуванням на реальному прикладі в нашому дослідженні. Тому мету та завдання, поставлені перед собою вважаємо досягнутими.

Наше дослідження може бути використаним при розробці методичного матеріалу за аналогічною темою, та джерелом необхідних рекомендацій при розробці інтер'єру медійної кімнати на базі вищого навчального закладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Manovich L. The Language of New Media. / L Manovich. – The MIT Press, 2002.
2. Virtual Studio. RCG System digiStorm. Powered by Brainstorm [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://www.for-a.com/products/digistorm/digistorm_c.pdf (дата звернення: 4.05.2019)
3. Григорьева И. В. Интерпретация понятия «медиаобразовательное пространство»: к проблеме систематизации научной терминологии / И. В. Григорьева. – Вестник Томского государственного университета Выпуск № 315 / 2008.
4. Зубанова, Л. Б. Современное медиапространство: подходы к пониманию и принципы интерпретации / Л. Б. Зубанова. – Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2008. №2 (14). – с. 6-17.
5. Как мы организовали фото/видео студию в офисных условиях. Блог компании ALEE Software [Електронний ресурс] / Работа с видео Режим доступу: <https://habr.com/ru/company/alee/blog/203258/> (дата звернення: 7.05.2019)
6. Как открыть видеостудию? [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://выгодный-вклад.рф/biznes-plan/yslygi/kak-otkryt-videostudiyu.html> (дата звернення: 7.05.2019)
7. Карякина К. А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента URL:<http://www.mediascope.ru/node/524> (Дата обращения: 28.03.2019).
8. Максимова О.А. Цифровое поколение: стиль жизни и конструирование идентичности в виртуальном пространстве / О. А. Максимова. – Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 22 (313). – С. 6–10.

9. Матанис В. А. Школьный пресс-центр как элемент системы медиаобразования молодежи. / В. А. Матанис. – Социальная политика и социология, 2011, 5 (71). – с. 386 – 395

10. Медиацентр вуза и пространство «новых медиа» / А.Н. Бучатский, В.В. Дуклау, Н.Ю. Ионеску, А.К. Колесов, С.П. Куликов, Е.И. Новикова, В.А. Червинская.– Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича. – Сборник научных статей XVIII Объединенной конференции «Интернет и современное общество» IMS-2015, Санкт-Петербург, 23-25 июня 2015 г.– с. 44-61.

11. Медиацентр вуза и пространство «новых медиа» А.Н. Бучатский, В.В. Дуклау, Н.Ю. Ионеску, А.К. Колесов, С.П. Куликов, Е.И. Новикова, В.А. Червинская Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича Сборник научных статей XVIII Объединенной конференции «Интернет и современное общество» IMS-2015, Санкт-Петербург, 23-25 июня 2015 г.

12. Медіапростір. Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Медіапростір> (дата звернення: 4.05.2019).

13. Монастырёва О.В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию / О. В. Монастырева. – Вестник Амурского государственного университета. - 2010. - Вып. 50: Сер. Гуманитар. науки. – с. 56-62.

14. Ним Е. Г. Медиапространство: основные направления исследований / Е. Г Ним. – Бизнес. Общество. Власть. 2013. №14. – с. 31–41.

15. Особенности проблематики медиа в контексте современного образования [Электронный ресурс] / Бучатский А.Н., Колесов А.К., Курбатов Д.А., Новикова Е.И., Червинская В.А. – Сборник материалов конференции VIII Международной научно-практической конференции "Научно-образовательная информационная среда XXI века", (Петрозаводск, 15 – 18

сентября 2014 г.). – Режим доступа : <http://it2014.petrso.ru/publication.php> (дата звернения: 8.04.2019).

16. Проектирование телевизионных студий [Электронный ресурс] / Advview Режим доступа https://advview.ru/cat_tv/cat_articles-ru/proektirovanie-televizionnyx-studij/ (дата звернения: 4.05.2019)

17. Савинова Е.А. Курируя искусство новых медиа URL: <http://sias.ru/magazine/vypusk-5-2012/yazyki/778.html#8> (Дата обращения: 28.03.2015).

18. Савчук В. В.. Что такое повороты в философии? Медиафилософия. Приступ реальности». / В. В Савчук. – СПб., Изд-во РХГА, 2013. – 350 с.

19. Сакоян А. Новые медиа. Границы явления. URL: http://http://polit.ru/article/2011/08/05/new_media/. (Дата обращения: 28.03.2019).

20. Технология ньюс-рум. ОКНО-TV [Электронный ресурс] / – Режим доступа : http://ru.okno-tv.ru/biblio/detail.php?ELEMENT_ID=56827&SECTION_ID=56827 (дата звернения: 8.04.2019).

21. Шевякова Л.П. Основные формы общения в Интернете и их особенности. Образование. Коммуникация. Ценности. (Проблемы, дискуссии, перспективы). По материалам круглого стола «Коммуникативные практики в образовании». 19 ноября 2004 г. / под ред. С.И. Дудника. СПб: СанктПетербургское философское общество, 2004.

22. Шестеркина Л. П. Формирование инновационной модели подготовки журналистов в условиях становления конвергентных СМИ (гуманитарный и технологический аспекты): дис. ... д-ра филол. наук / Л. П. Шестеркина. – М., 2011.

23. Юдина, Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система. Монография. / Е. Н. Юдина. – Москва: Прометей, 2005. – 160 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця 1.1. Конструктивні вимоги до знімальних павільйонів

Параметри		Вимоги до дизайну	
		малі контр. кімнати	середні контр. кімнати
Кімната	площа підлоги, м ²	50±20	100±30
	Об'єм кімнати, м ³	≥80	≥200
	форма кімнати	не прямокутна, без паралельних поверхонь	
	відносини розмірів	Н : В : L = 1 : 1.59(±0,7) : 2,52(±0,28)	
	висота кімнати, м	3,0-4,0	4,0-6,0
Оздоблення інтер'єру		однорідний розподіл відбивних / поглинаючих поверхонь (без сильних віддзеркалювань)	
Акустичні властивості	час реверберації, с	0,2±0,05	0,3±0,1
	середній коефіцієнт поглинання	0,4...0,6 (на 500 Гц)	
	характеристики реверберації	відхилення нижче 250 Гц до 25% вище заданого значення	
	ранні відбивання (до 15 мс)	на 10 дБ нижче прямого звуку	
	розподіл рівня звукового тиску.(SPL)	однорідний розподіл всередині слухацької зони, включаючи місце мікшування	
Шум	шум від вентиляції шум від обладнання	крива NC15 (можливо NR15) крива NC20 (можливо NR20)	

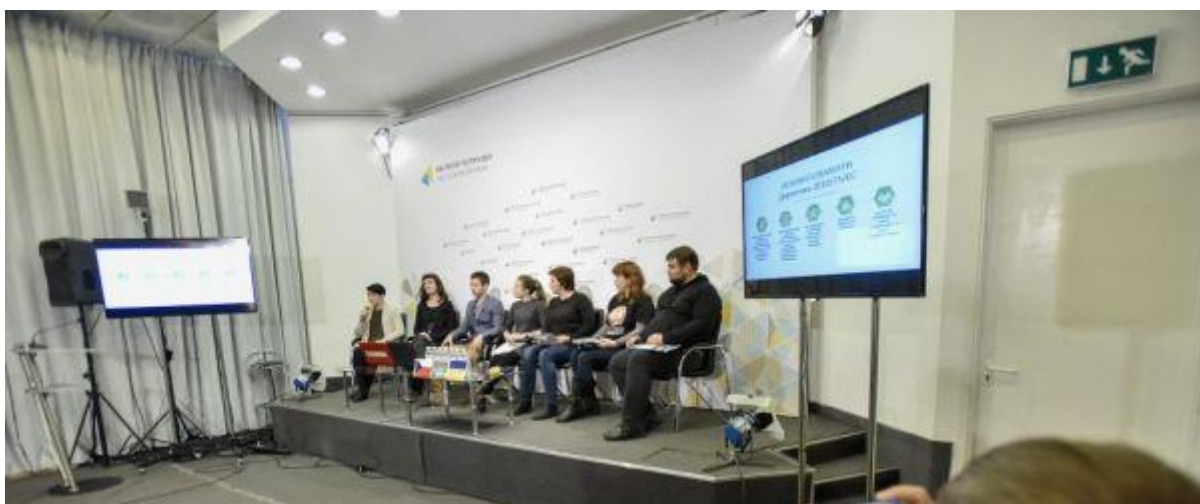


Рис. 1.1. Приклад конференц-центру Newsroom.



Рис. 1.2. Приклад віртуальної студії з використанням універсального фону хромакей.



Рис. 1.3. Приклад оснащення знімальної студії.

Додаток Б



Рис. 2.1. Існуюча ситуація.

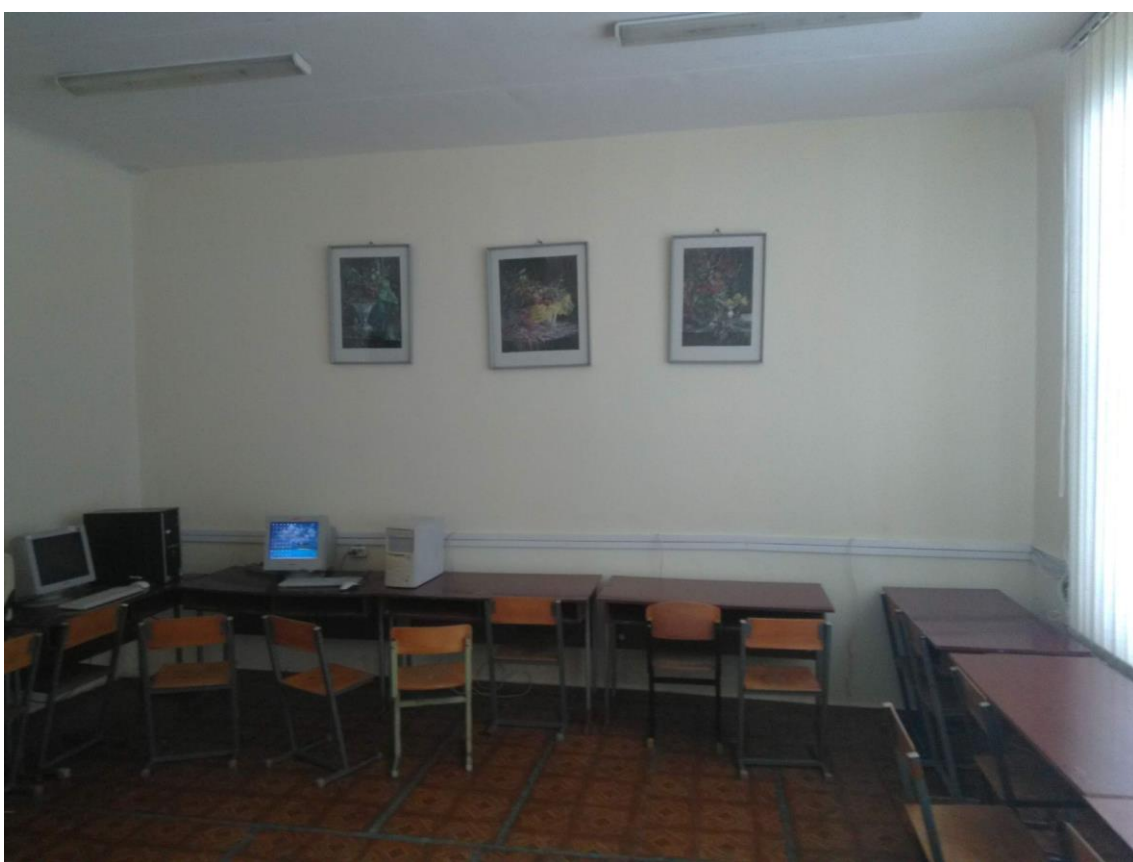
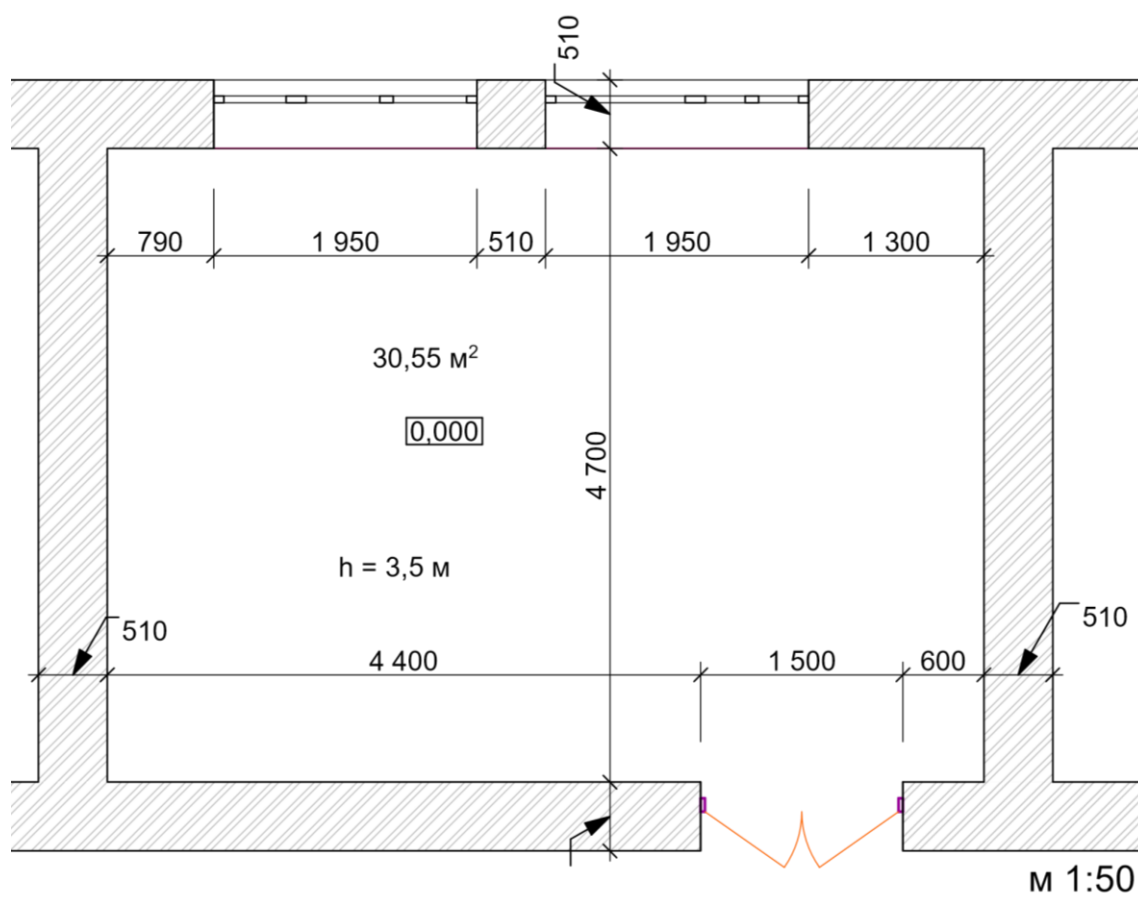


Рис. 2.2. Існуюча ситуація.



Загальна площа приміщення - 30,55 м²
Висота стелі - 3,5 м.

Рис. 2.3. Обмірне креслення.

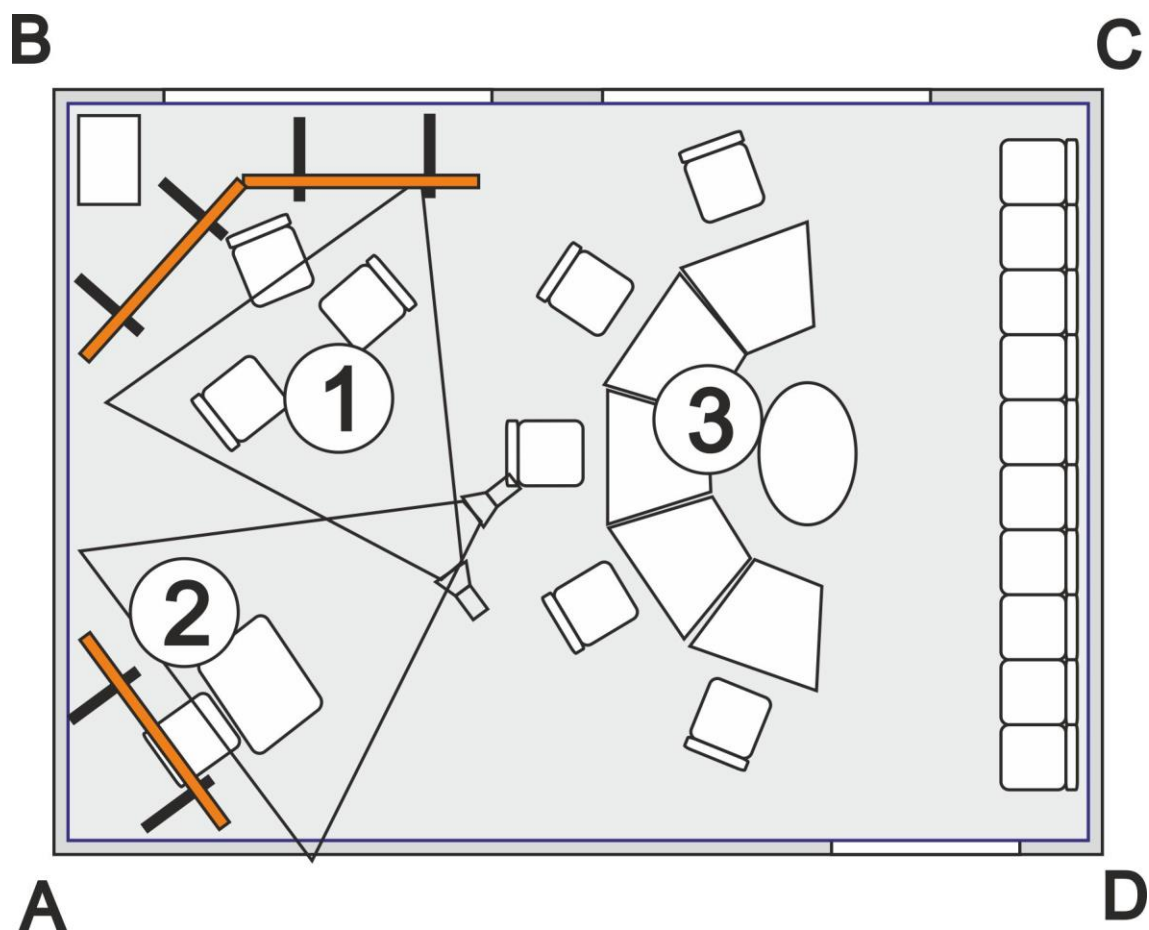


Рис. 2.4. Планувальне рішення.

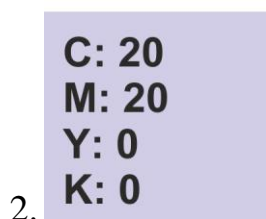
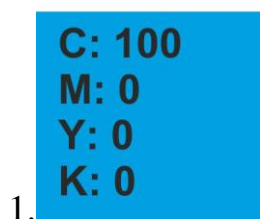


Рис. 2.5. Варіанти кольорових схем.



1.



2.

Рис. 2.6. Варіанти логотипу.

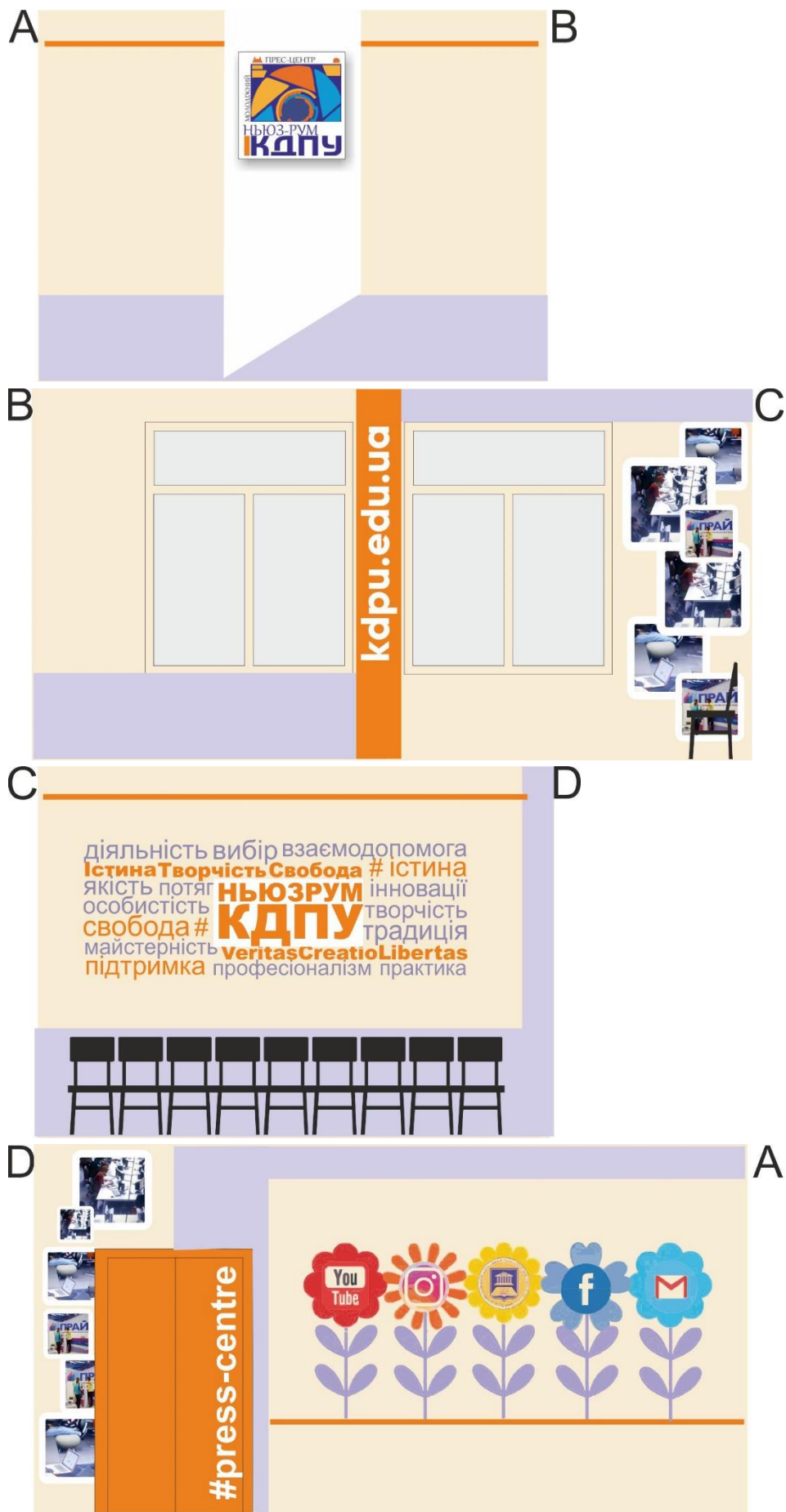


Рис. 2.7. Розгортка стін варіант 1.

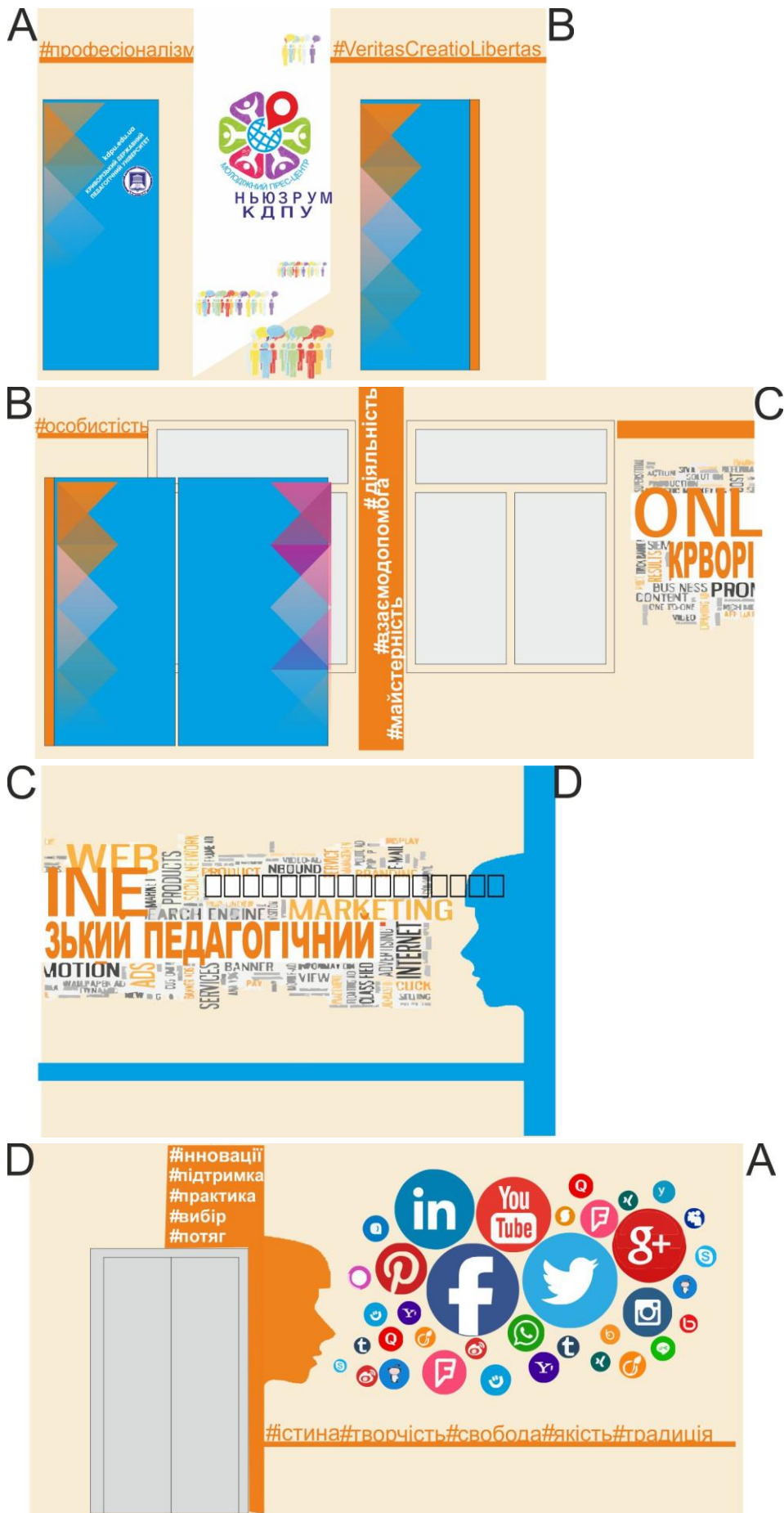


Рис. 2.8. Розгортка стін варіант 2.

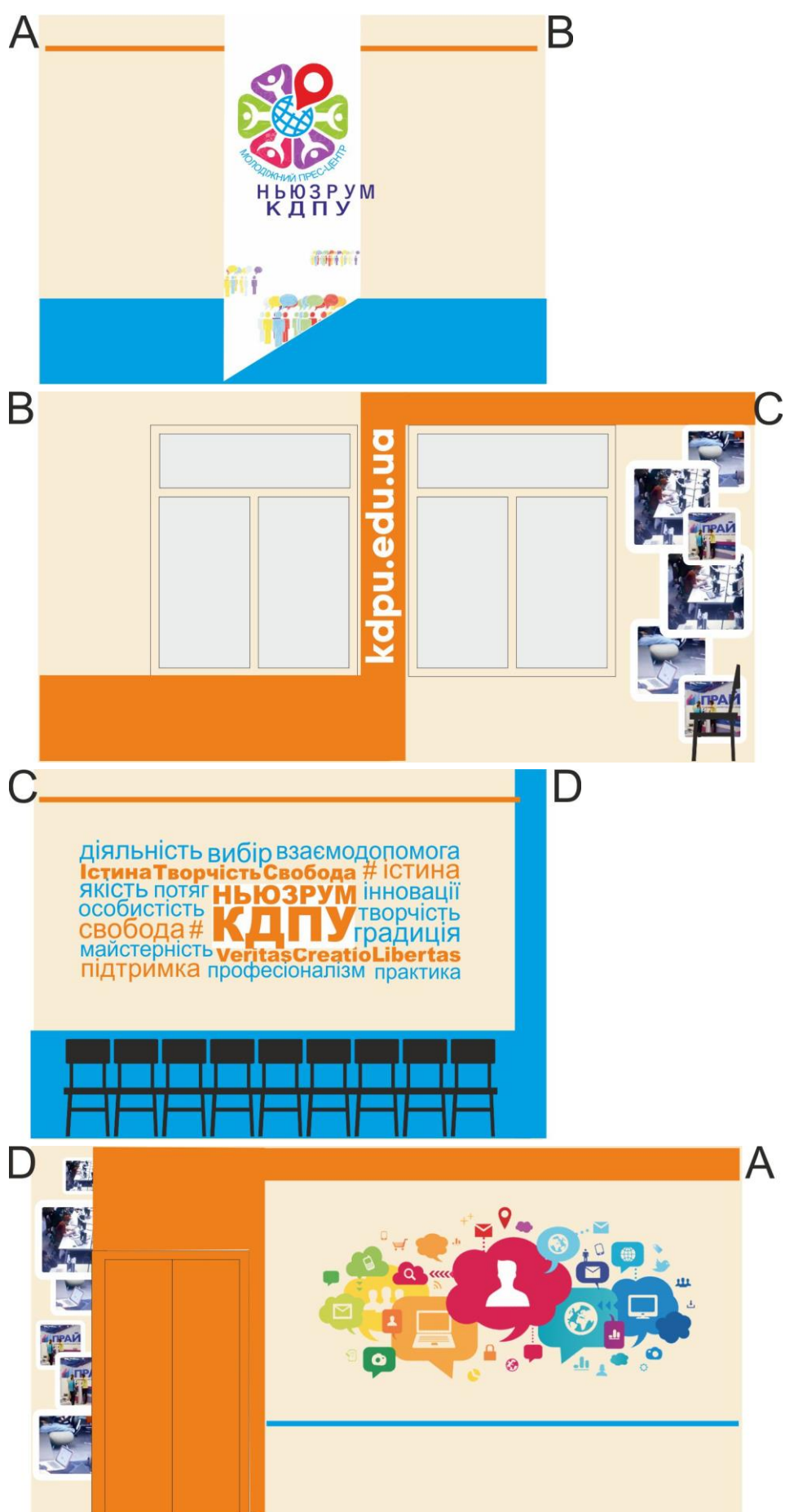


Рис. 2.9. Розгортка стін варіант 3.

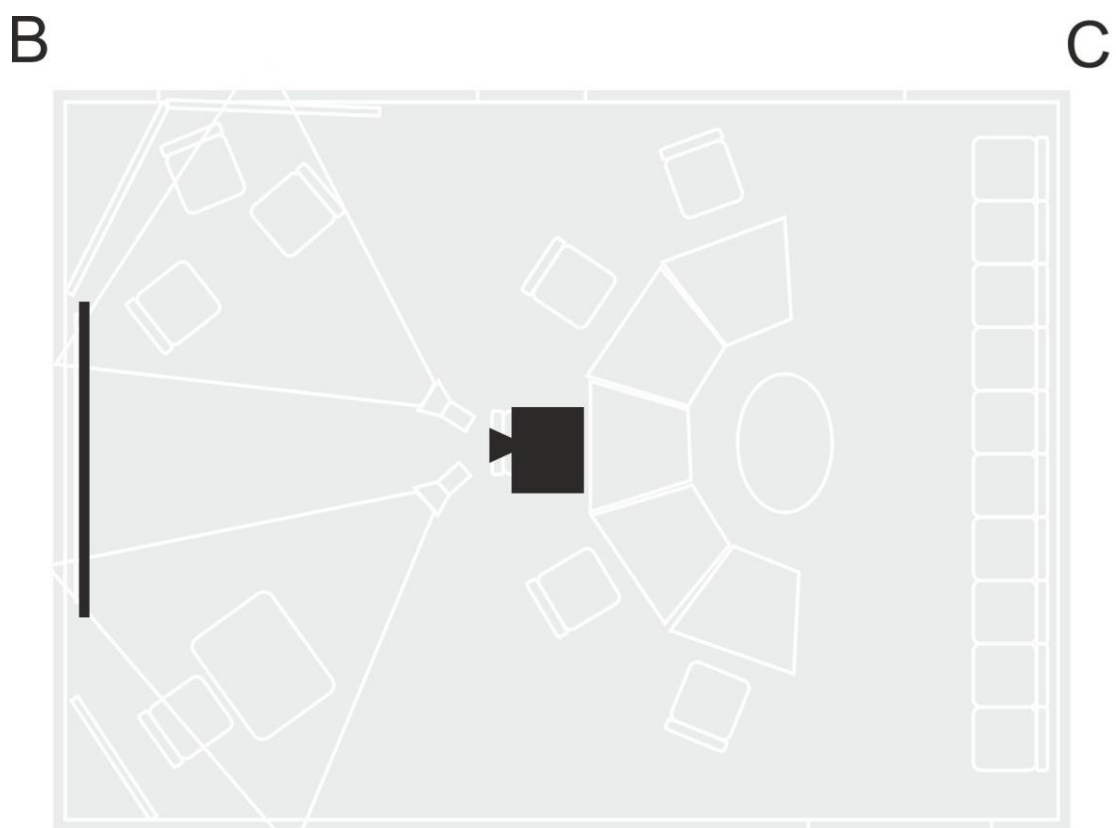


Рис.2.10. Розташування відео камери.

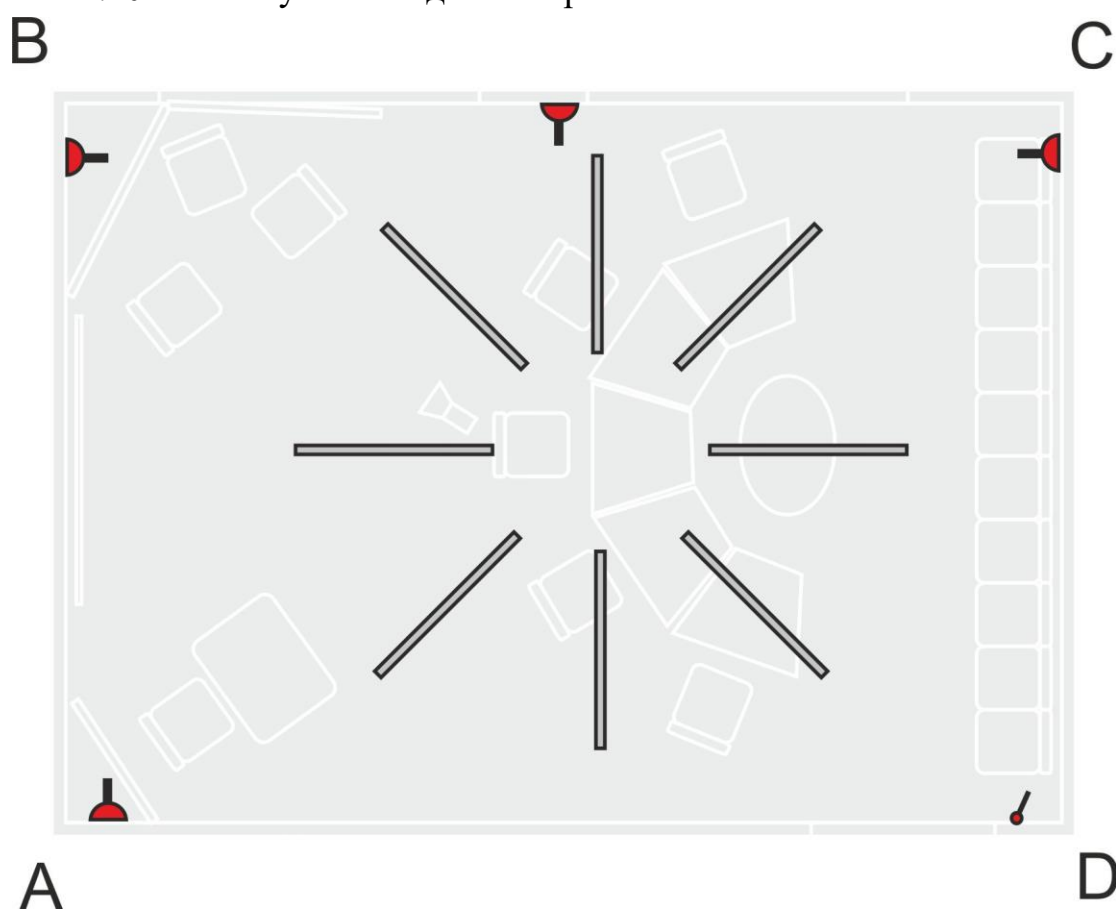
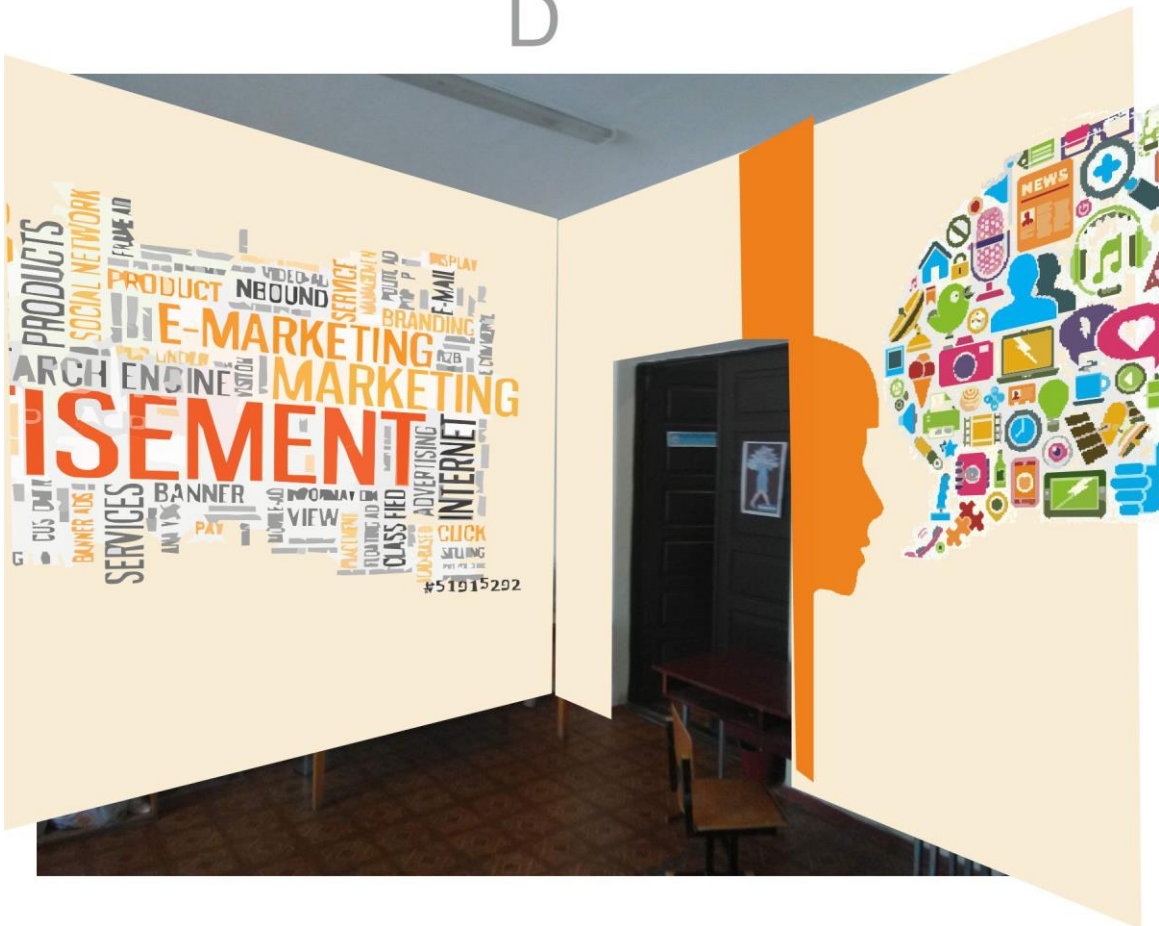


Рис.2.11. Розташування електричних розеток та освітлення.



Рис. 2.12. Зорові точки.

D



C

D



Рис. 2.14. Зорові точки.