

**Keywords:** the central office, territorial police department, architectural and planning organization, architectural image, facade glazing, functional zoning, urban location.

УДК 725.218

**О.В. Іотова**

магістрант кафедри дизайну архітектурного середовища,

**В.В. Руденко**

к. арх., доцент кафедри дизайну архітектурного середовища,

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

(Україна)

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНТЕР'ЄРІВ ДЕМОНСТРАЦІЙНИХ ЗАЛІВ БУДИНКІВ МОДИ**

**Анотація.** Виявлені два основних принципи, які впливають на формування інтер'єрів демонстраційних залів Будинків моди – принцип естетичної виразності та принцип зручності та організації подачі товару. Визначені прийоми, якими обумовлені дані принципи

**Ключові слова:** будинок моди, інтер'єр, демонстраційний зал, подіум

**Постановка проблеми.** Будинок моди – центр моделювання авторського одягу, взуття та аксесуарів, який кожного сезону випускає колекції, котрі приймають участь у формуванні модних тенденцій наступного сезону. Підготовка та створення кожної колекції коштує значних зусиль та витрат, тому їх подача повинна зацікавити якомога більше клієнтів. Формування демонстраційних залів Будинків моди, торгівельних та виставкових приміщень прямо-пропорційно впливає на кількість проданої продукції, тому досить важливо створити такий інтер'єр, який би виділявся з ряду інших подібних та привертав до себе увагу потенційних покупців, що є запорукою успіху будь-якого підприємства.

**Актуальність теми** полягає в потребі формування раціональних об'ємно-планувальних та архітектурно-художніх рішень інтер'єрів демонстраційних залів Будинків моди на основі науково-обґрунтованих прийомів. Завдяки досить стрімкому розвитку сучасних технологій, здивувати публіку стає все важче. Люди звикли бачити багато незвичного, тому бажають бачити це якомога частіше. Звичайний показ мод, ще можна пробачити починаючому дизайнеру, в той час, як відомі Будинки моди повинні постійно вигадувати нові несподівані способи демонстрації своїх колекцій. В зв'язку з застарілою

інформацією, щодо проектування Будинків моди, з'являється потреба в удосконаленні старих та створенні нових рекомендацій щодо створення демонстраційного простору.

**Мета статті** - виявити особливості формування інтер'єрів демонстраційних залів Будинків моди, з використанням відповідних прийомів та засобів.

**Наукова новизна одержаних результатів.** Вперше було виявлено прийоми та засоби архітектурно-художньої виразності формування інтер'єрів демонстраційних залів Будинків моди на основі використання системного підходу. Дослідження в цій сфері є новим.

**Виклад основного матеріалу.** В ході дослідження встановлено два основних принципи, які впливають на формування демонстраційних залів:

*1-принцип естетичної виразності* – полягає в формуванні гармонійного та привабливого просторового вирішення Будинків моди, як на рівні інтер'єру так і на рівні будівлі в цілому. Образне вирішення, створене за допомогою різноманітних прийомів та засобів повинно запам'ятовуватись та справляти враження;

*2-принцип зручності та організації подачі товару*, який є одним з важливих та специфічних при проектуванні Будинків моди. Являє собою сукупність прийомів, за допомогою яких формується простір для торгівлі і демонстрації товарів, з урахуванням психофізіологічних, економічних, функціональних, ергономічних аспектів.

Принцип естетичної виразності, який розглядається з позиції сприйняття інтер'єру, обумовлено наступними прийомами, які мають ієрархічну структуру:

*I рівень - Загальна форма*

- прийоми просторової організації, а саме: а) компактний – центрична композиція, довкола якої розташовані глядацькі місця (рис. 1а); б) лінійний - формується, як з однієї смуги шляху моделей, так із декількох, вздовж яких розташовані глядацькі місця (рис. 1б); в) просторовий - створюється за рахунок додаткових конструкцій, сходів, пандусів, підйомних механізмів (рис. 1в);
- прийоми сценографії: а) сценарний - фуршет, казино, маркет, музей, курорт, аеропорт та ін.; б) стилізація - під епоху, або подію (рис. 1г, 2б), або театралізоване дефіле (окрім показу може йти вистава);

*II рівень - Композиційні прийоми компонентів*

- прийоми використання колористичних співвідношень: а) яскраве (рис. 1г); б) нюансе (рис. 1г); в) фонове (рис. 1д);
- прийоми досягнення масштабності: а) нормальний - використання елементів оточення, які відповідають розміру людини; б) крупно масштабний - застосування елементів, що перебільшують розміри людини (рис. 1г, 2б).

*III рівень - Елементи компонентів*

- прийоми використання предметного наповнення середовища на: а) стінах, перегородки - параметричної форми, або декоровані (рис.1г); б) стелі, яка декорована підвісними елементами або конструкціями; в) підлозі розміщення декоративних елементів на площині подіуму, або між глядацькими місцями (рис. 1г, 2б);
- ілюмінація: а) рухлива або статична; б) освітлення подіуму, стелі, огорожувальних конструкцій, в) інколи використовується, як основне освітлення (рис. 1г, 1е, 2д);
- застосування медіа-екранів, дво- і тривимірних проекцій (рис. 1є);
- прийом озеленення: а) флористика - вкривання квітами різних поверхонь (рис. 1а, 1д); б) включення зелених насаджень, в композицію інтер'єру;
- прийом заміни матеріалу, фактури подіуму, стін, стелі, з використанням тонованого скла, паркету, каменю, плитки, бетону, піску (насипних матеріалів), тканини, моху та ін..(рис. 1а, 1д, 1е, 2г, 2д);
- включення в інтер'єри демонстраційних залів водних елементів та полум'я (рис. 1ж).

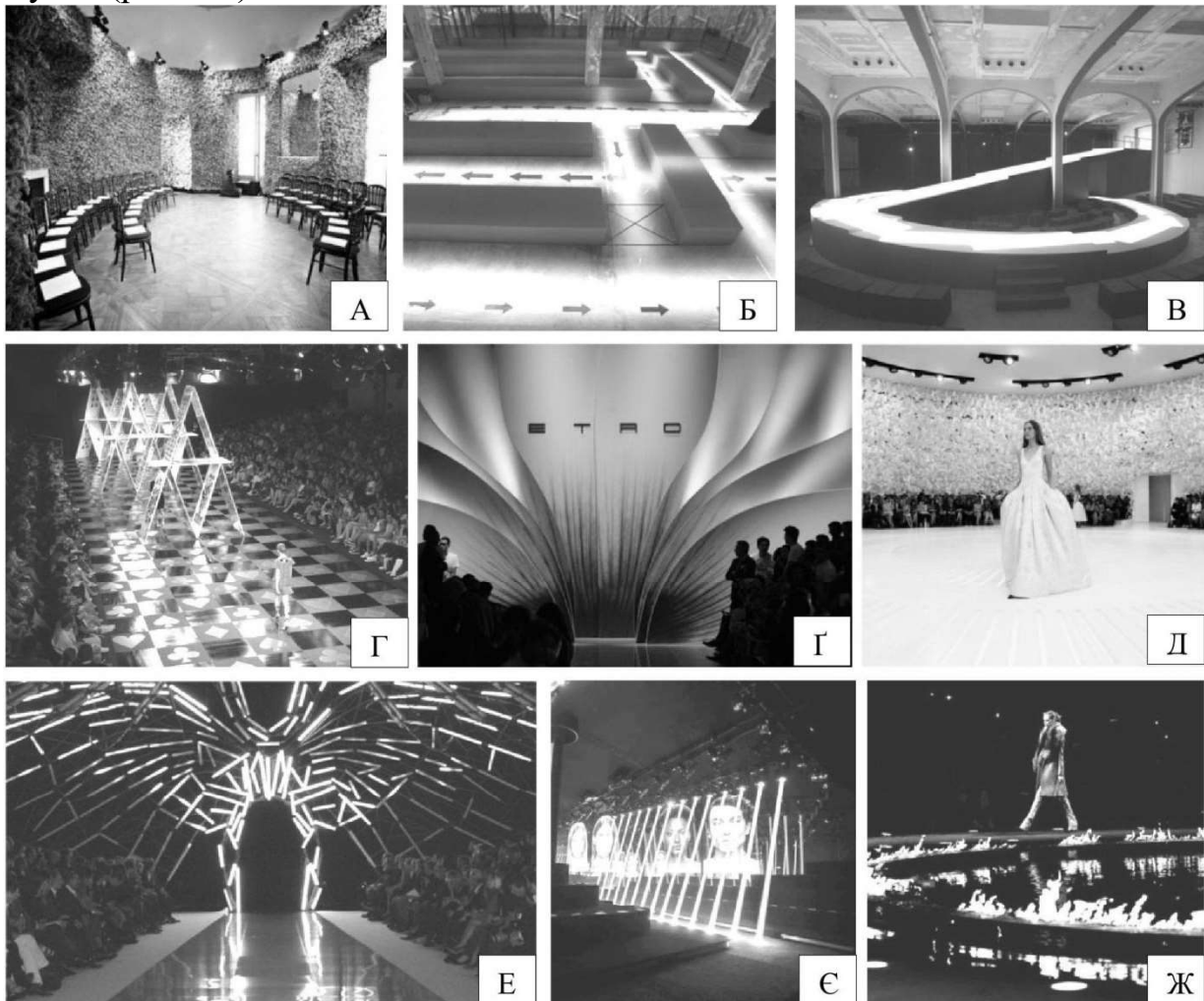


Рисунок 1. а) Dior 2012, Париж, Франція; б) Prada, Мілан, Італія; в) Prada, Мілан;

г) Стилізація «Аліса в країні чудес», Ріо-де-Жанейро, Бразилія; г) Etro, Париж; д) Dior, Париж; е) Alexander McQueen, Лондон, Англія; є) Louis Vuitton, Париж; ж) Roberto Cavalli Мілан, Італія.

Принцип зручності та організації подачі товару визначає наступні прийоми організації демонстраційних залів Будинків моди:

- ергономічність простору для моделей та глядачів ( ширина проходів, місць для сидіння та ін. (рис. 1, 2);
- функціональне зонування (рис. 2а);
- застосування відповідного освітлення (рис. 1є, 2в, 2д);
- застосування графічних і лаконічних форм (рис. 2г, 2г);
- натуралістичність (використання природних елементів, напр. піщаних дюн, створених штучно, або використання живих рослин (рис. 1д, 1ж; 2в);
- синтез мистецтв (рис. 2б);
- використання міських та замських територій (показ на пірсі річки, території музею - є вишуканим фоном, що не потребує декорацій (рис. 2е).

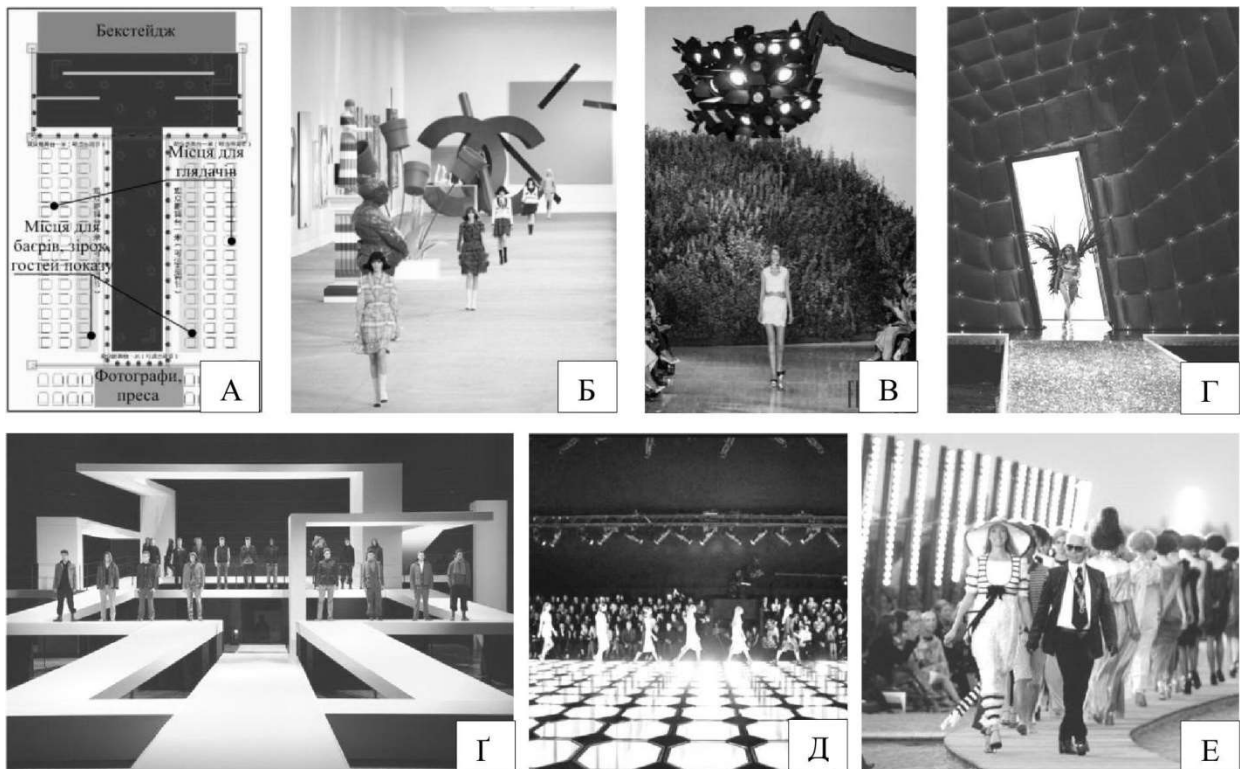


Рисунок 2. а) Зонування демонстраційного залу, Китай; б) Chanel 2014, стилізація «Ніч в музеї», Париж, Франція; в) Dior 2016, Париж; г) Victoria`s Secret 2006, Каліфорнія, США; г) Fashion week, Берлін, Німеччина; д) Balenciaga 2015, Париж, Франція; е) Chanel resort, Венеція, Італія.

При демонстрації моделей одягу необхідно підбирати відповідне штучне освітлення, яке дозволить роздивитись глядачам крій, фактуру, текстуру та

колір тканини. Освітлення також повинно відповідати загальній темі показу та передавати настрої концепції.

**Висновки.** В результаті дослідження було встановлено, що розглянуті принципи та прийоми знаходяться в межах дії загальносистемного принципу ієрархічної структури, тобто функціонально-композиційні рішення мають рівні ієрархії: *I рівень – загальна композиція, II рівень – компоненти композиції, III рівень – елементи компонентів.* Так, як основним завданням в демонстрації та торгівлі товаром є зацікавлення покупця (на показах присутні масштабні закупники), було визначено *принцип естетичної виразності та принцип зручності та організації подачі товару* – ключовими, при створенні вишуканого та неповторного середовища демонстраційних залів. Принципи в свою чергу обумовлені прийомами декорування, ілюмінації, озеленення, використання колористичних співвідношень, створенням нових варіантів демонстрації, функціональними та ергономічними прийомами. Дизайн-рішень демонстраційних залів може бути безліч, головне, в даних інтер'єрах – враження від побаченого.

### Література

1. Дубров Б. Дизайн магазина женской одежды: как создать стильный интерьер [Електронний ресурс] / Б. Дубров // Happy Modern. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://happymodern.ru/dizajn-magazina-zhenskoj-odezhdy-45-foto-kak-sozdat-stilnyj-interer/#youtube>.
2. Фещенко Е. Новое прочтение для модных показов. Кто создает декорации? [Електронний ресурс] / Е. Г. Фещенко // Style Insider. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://styleinsider.com.ua/2016/02/novoe-prochtenie-dlya-modnyh-pokazov-kto-sozdaet-dekoratsii/>.
3. Энциклопедия моды [Електронний ресурс] // Энциклопедия моды. – 2011-2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://wiki.wildberries.ru/>.

### Abstract

In this article were revealed two main principles that affect the formation of the interior showrooms of fashion houses - the principle of aesthetic expressiveness and the principle of convenience and organization of filing goods. Also were defined receptions, which are due these principles.

**Keywords:** fashion house, interior, showroom, fashion stage, catwalk, runway.

### Аннотация

Выявлены два основных принципа, которые влияют на формирование интерьеров демонстрационных залов Домов моды – принцип эстетической

выразительности и принцип удобства и организации подачи товара. Определены приемы, которыми обусловлены данные принципы.

Ключевые слова: Дом моды, интерьер, демонстрационный зал, подиум.

УДК 72.012

**Капліна А.Б.,** *магістрантка*

**Хлюпін О.А.,** *ст. викладач,*

*Київський національний авіаційний університет*

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗМІЩЕННЯ МЕДІАФАСАДІВ НА МІСЬКИХ ОБ'ЄКТАХ АРХІТЕКТУРИ**

У статті аналізуються міські об'єкти архітектури, визначено ряд типологічних особливостей та внутрішніх процесів будівель, що потребують розміщення медіа-фасадів. На підставі дослідження запропонована класифікація об'єктів архітектури, придатних для розміщення медіа-фасадів.

Ключові слова: медіафасад, типологія, класифікація, реклама.

**Постановка проблеми.** Від історично традиційних методів декорування поверхні стіни до створення інтерактивних площин медіафасадів на фасадах будівель - такий шлях прогресуючих технологій в будівництві, що дозволяють прикрашати та інформувати одночасно. На відміну від нових екранних установок, що вимагають виділення місць в перевантаженому місті, медіафасади природним чином вбудовуються в існуючий міський простір. Як важливий архітектурний елемент, медіафасади можуть замінити надлишкову рекламу, підкреслити індивідуальність, ідентичність будови, стати візитною карткою не тільки будівлі, але і місця, де вони розташовані. Однак не завжди всі рішення виявляються вдалимими, а тим більше представляють художню цінність. В більшості випадків цей потужний інструмент візуального впливу має тонку межу, за якою естетика втрачається і залишиться лише світлове забруднення від калейдоскопу вогнів.

Існують норми, які регламентують кількість світла на об'єктах міського середовища і частково - якісну складову зовнішнього освітлення, однак, наука поки не пропонує способів перекладу кількості освітлення на якість світлового середовища. Діючі нормативи досить елементарні. У практичному проектуванні архітектурного освітлення панує штучний, інтуїтивний, емпіричний підхід.

Відсутність рекомендацій стосовно концептуальної частини зовнішнього освітлення породжує у нічних містах світловий хаос і зоровий дискомфорт, що