

9. Awad, E.T.A. Identification of competencies for sign designers in Jordan. Unpublished Thesis. Coventry: Coventry University, 2012. – 379 p.
10. Abu-Awad E. The State Of Graphic Design In Jordan, 2008. – Режим доступу: <http://ezinearticles.com/?The-State-Of-Graphic-Design-In-Jordan&id=891807>.
11. Al-Faruqi I. The Cultural Atlas of Islam, New York, 1986. – 512 p.
12. Alkharoubi A. Modern arabic calligraphic-based logos. ProQuest LLC, 2013. – 147 p.
13. Burckhardt T. Art of Islam. London, 1976. – 204 p.
14. Grabar O. Introduction in Treasures of Islam, London, 1985. – 239 p.

REFERENCES

1. Kaytuka Akbi, M. (1993). “Ornament in the folk art of Jordan”, thesis abstract for Cand. Sc, 17.00.06 (Technical aesthetics and design), Moscow, Moscow Higher School of Industrial Art. (in Russian).
2. Kauch, M. (1998). *Tvorcheskaya kalligrafiya. Iskusstvo krasivogo pisma* [Creative calligraphy. The art of beautiful writing], Minsk, Belfaks. (in Russian).
3. Kosiv, V. (2003). “National models and global design of the design by the other half of the XX century”, thesis abstract for Cand. Sc, 05.01.03 (Technical aesthetics), Kharkiv, Kharkiv State Academy of Design and Art. (in Ukrainian).
4. Lesnyak, V. (2009). *Graficheskiy dizayn (osnovy professii)* [Graphic design (profession basic)], Kyiv, Bios, Dizayn Buks. (in Russian).
5. Piotrovskiy, M. (2001). *O musulmanskom iskusstve* [About Muslim Art], Saint Petersburg, Slaviya. (in Russian).
6. Pocheptsov, G. (2001). *Teoriya kommunikatsii* [Communication theory], Moscow, Refl-buk. (in Russian).
7. Starodub, T. (2010). *Islamskiy mir: Khudozhestvennaya kultura VII–XVII vv.: arkhitektura, izobrazhenie, ornament, kalligrafiya* [Islamic World: Artistic Culture of the 7th–17th Centuries: Architecture, Image, Ornament, Calligraphy], Moscow, Vostochnaya literatura. (in Russian).
8. Tuemlou, Ye. (2012). *Graficheskiy dizayn: firmennyi stil* [Graphic Design: Corporate Identity], Moscow, Astrel. (in Russian).
9. Awad, E.T.A. (2012). Identification of competencies for sign designers in Jordan. Unpublished Thesis. Coventry, Coventry University. (In English).
10. Abu-Awad, E. (2008). The State Of Graphic Design In Jordan, available at: <http://ezinearticles.com/?The-State-Of-Graphic-Design-In-Jordan&id=891807>. (in English).
11. Al-Faruqi, I. (1986). The Cultural Atlas of Islam, New York. (in English).
12. Alkharoubi, A. (1976). Modern arabic calligraphic-based logos. ProQuest LLC, 2013. (in English).
13. Burckhardt, T. (1976). Art of Islam. London. (in English).
14. Grabar, O. (1985). Introduction in Treasures of Islam, London. (in English).

УДК 72.012.8

Світлана Лінда
Роксоляна Квасниця

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНИХ УМОВ ВИДИМОСТІ У ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ ПРЕЗЕНТАЦІЙНИХ ПРОСТОРІВ ДЛЯ МОДНИХ ПОКАЗІВ

У статті досліджено фактори, що визначають умови доброї видимості у дизайн-проектванні просторів для модних показів. Визначено групу факторів, що пов'язані з антропометричними вимірами людини, а також групу факторів, пов'язаних із

психофізіологічними особливостями зорового сприйняття. Охарактеризовано їх значення для забезпечення умов доброї видимості. На конкретних прикладах висвітлено дієвість використання певних принципів дизайн-проекткування. Окреслено рекомендації щодо організації презентаційних просторів.

Ключові слова: презентаційний простір, модний показ, умови доброї видимості, дизайн-проекткування.

Светлана Линда
Роксолана Квасныця

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПТИМАЛЬНЫХ УСЛОВИЙ ВИДИМОСТИ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ ПРОСТРАНСТВ ДЛЯ ПРЕЗЕНТАЦИЙ МОДНЫХ ПОКАЗОВ

В статье исследованы факторы, определяющие условия хорошей видимости в дизайн-проектировании пространств для модных показов. Определена группа факторов, которые связанные с антропометрическими измерениями человека, а также группу факторов, связанных с психофизиологическими особенностями зрительного восприятия. Охарактеризованы их значение для обеспечения условий хорошей видимости. На конкретных примерах рассмотрены действенность использования определенных принципов дизайн-проектирования. Определены рекомендации по организации презентационных пространств.

Ключевые слова: презентационное пространство, модный показ, условия хорошей видимости, дизайн-проектирования.

Svitlana Linda
Roksolyana Kvasnytsya

PROVIDING OPTIMUM CONDITIONS OF THE VISIBILITY IN THE DESIGN OF PRESENTATION SPACES FOR FASHION SHOWS

In the modern fashion industry, a fashion show is a complex and well-organized process. The fashion show typically lasts only 30 minutes and during this time there are about 50 models, and the cost of such an event may be millions of dollars. The short terms of the presentation, the need to demonstrate a significant number of models, high cost due to very serious requirements for the organization of the fashion show. Among these requirements is the provision of good visibility conditions (visual perception) of models on the podium.

The purpose of the article is to analyze the factors that provide good visibility conditions in the design of demonstration spaces and make recommendations for their organization. The methodological basis for work of the article was the analysis of normative literature on the design of interiors in conjunction with studies devoted to coloristic, lighting, podium scenography.

The article defines two groups of factors related to anthropometric measurements of a person (angle of observation, mutual placement of the zone for spectators and a zone for demonstrations) and factors related to the psycho physiological features of visual perception (brightness and contrast of the correlation of the model and the background, colour solution and illumination of the demonstration space, the simultaneous number of models in the field of view of viewers and routing).

The study describes their significance for providing good visibility. Specific examples illustrate the effectiveness of using certain design principles. It has been established that it is important for the designer to combine the aesthetic and functional aspect of the design process and take into account all the factors that are fundamental in designing interiors and organizing cultural and entertainment shows. It is important to remember that the key to the success of a fashion show will be the possibility of unobstructed, comfortable and safe viewing.

The design process of presentation spaces is a complex process and must be provided by its own design methodology. Based on the analysis of factors that influence the provision of good visibility conditions, the following recommendations for the design-design process are formulated:

1. The functional and aesthetic aspects of the organization of space for the demonstration of a fashion show are par excellence, so the formulation of these two components must occur simultaneously, since they can substantially adjust one another.

2. Along with the wording of the idea of display design, the designer must carefully study, measure and analyze the space provided for the possibility of organizing a fashion show in it, taking into account the requirements not only of adequate visual perception, but also the safety of spectators and participants of the show (the possibility of rapid evacuation, etc.).

3. It is necessary to take into account the needs of people with disabilities and provide them with the necessary conditions for good visual perception when designing space for fashion shows.

4. Only after taking into account the existing norms can we approve the concepts of functional zoning and correlate it with the concept of scenography.

Keywords: *presentation space, fashion show, good visibility conditions, design-designing.*

У сучасній фешн-індустрії показ мод – це складний і чітко організований процес. Показ мод триває зазвичай лише 30 хвилин, і за цей час демонструють приблизно 50 моделей, а вартість такого заходу може становити мільйони доларів. Власне, короткими термінами презентації, необхідністю продемонструвати значну кількість моделей, високою вартістю зумовлені дуже серйозні вимоги до організації процесу показу мод. Найважливішою його складовою є дефіле, коли “моделі проходять подіумом (дефілюють) у вбраннях, що створив модельєр”, тому й вимоги до організації дефіле надзвичайно високі. Серед цих вимог – забезпечення добрих умов видимості (зорового сприйняття) моделей на подіумі.

Тематика дизайн-проектування просторів для демонстрації модних показів нині стала надзвичайно актуальною у зв'язку з бурхливим розвитком фешн-індустрії. З цим пов'язана велика кількість досліджень щодо теоретичних основ дизайн-проектування презентаційних просторів. У дизайн-проектуванні модних показів важливою є просторова та функціональна організація, котра зумовлена не лише естетичними аспектами презентації, задумом модельєра тощо, а й ергономічними психофізіологічними особливостями учасників дійства (як глядачів, так і моделей): їх антропометричними вимірами, специфікою фізіології зорового сприйняття. Власне, цей аспект поки що не став об'єктом вивчення науковців. У даній статті автори спираються передовсім на досвід та норми проектування інтер'єрів, розроблених в архітектурі з адаптацією їх до потреб демонстрації моделей. Тому автори використовували такі нормативні документи: ДБН В.2.2.–9–99 [1], ДБН В.1.1.7–2002 [2], ДБН В.2.2–16–2005 [3], а також ДБН В.2.2–17–2007 [4].

Колористичне та світлове вирішення аналізували А. Костіна [6], М. Люшер [8], Л. Міронова [9], С. Прищенко [10], М. Серов [13], К. Соррел [14]. Сценографії модних показів розглядали Г. Літвінов [7], В. Проскураков [11], Р. Салахов та К. Кузьміна [12].

Аналіз нормативної літератури сукупно з дослідженнями, присвяченими колористиці, освітленню, подіумній сценографії дають змогу напрацювати рекомендації стосовно дизайн-проектування презентаційних просторів, щоб забезпечити умови доброї видимості.

Мета статті – проаналізувати фактори, котрі забезпечують добрі умови видимості у дизайн-проектуванні демонстраційних просторів, та виробити рекомендації щодо їх організації.

Створення комфортних умов перегляду, тобто видимості, та перцепції для глядачів є одним із визначальних факторів успіху модного показу, оскільки завдяки фізіологічним особливостям очей, які безпосередньо пов'язані з роботою мозку, людина отримує 85–90% усієї інформації. Згідно з визначеннями, поданими в сучасній навчально-методичній літературі: “Видимість – це повне або часткове спостереження об'єкта чи суб'єкта, тобто таке взаємне їх розташування, за якого промені зору від ока спостерігача проходять до спостережуваного об'єкта частково або повністю”, а “зорове сприйняття – це здатність людини сприймати органами зору спостережуваний суб'єкт чи об'єкт з різним ступенем чіткості” [3]. Ми можемо розрізнити такі дві групи факторів, що пов'язані з:

- антропометричними вимірами людини (ергономічні показники);
- психофізіологічними особливостями зорового сприйняття.

До факторів, пов'язаних із антропометричними вимірами людини, доцільно зарахувати такі:

- ракурс спостереження – кут зору спостереження;
- взаємне розміщення зони для глядачів та зони для демонстрацій.

До факторів, які пов'язані в основному із психофізіологічними особливостями сприйняття, можна зарахувати такі:

- яскравість і контрастність співвідношення моделі й фону;
- колірне вирішення та освітлення демонстраційного простору;
- одночасна кількість моделей у полі зору глядачів та їх маршрутизація.

Ракурс спостереження – це перспективне скорочення різновіддалених предметів у просторі, внаслідок чого змінюється адекватне сприйняття пропорцій, що призводить до зміни звичних їхніх обрисів, залежить від кута зору. Якість сприйняття форми та пропорційності частин спостережуваного об'єкта визначається горизонтальними і вертикальними кутами бачення. Зміни пропорцій спостережуваного об'єкта залежно від кутів зорового сприйняття важливо враховувати, формуючи подіумну сценографію.

Умовно поле зору поділяють на три зони [3]:

1. *Центральне бачення* – до 4°, в якому людина здатна чітко бачити та розпізнавати деталі;

2. *Ясне бачення* – від 30° до 35°, в якому нерухоме око бачить об'єкт, але не розпізнає дрібних деталей;

3. *Периферійне бачення* – від 75° до 90°, коли людина бачить об'єкти, але їх не розпізнає. Рух очей дає змогу перейти в зону ясного бачення.

Розташовувати глядачів відносно подіуму слід так, щоб забезпечувати можливість центрального та ясного бачення. Забезпечення правильного ракурсу дасть змогу глядачеві побачити без спотворень модель, яку демонструють. Проте сьогодні оптичні помилки організатори шоу часто використовують для забезпечення необхідного ефекту.

Взаємне розміщення зони для глядачів та зони для демонстрацій. Демонстраційний простір для показів мод формують такими зонами: *зона для глядачів* (глядацькі місця) та *зона для демонстрацій* (подіум або простір для демонстрацій). При проектуванні цих двох зон необхідно забезпечити умови безперешкодної видимості. Оскільки спеціальних норм для проектування демонстраційних просторів для модних показів нема, то доцільно скористатися нормами для проектування культурно-видовищних та дозвіллевих закладів [3].

Забезпечення видимості об'єкта спостереження залежить від взаємного розташування в просторі самого об'єкта, глядача і глядачів, які сидять попереду. Розрізняють наступні типи видимості: *безперешкодна, обмежена та мінімально обмежена*. Безперешкодна видимість – можливість бачення людиною повністю всього об'єкта спостереження без перешкод. Обмежена видимість – це коли в полі зору частково перебуває об'єкт спостереження, а іншу частину перекривають глядачі, котрі сидять попереду. Мінімально обмежена видимість – це коли видима частина об'єкта мінімальна, але є можливість споглядання цієї заслоненої частини об'єкта при незначному відхиленні глядача вбік – у межах 0,4 ширини місця [3].

Важливим завданням дизайнера є забезпечити відповідні умови безперешкодної видимості. У вертикальній площині їх забезпечують взаємним розташуванням об'єкта спостереження та глядачів, за якого промені зору від кожного глядача до всіх частин спостережуваного об'єкта проходять над головами людей, які сидять попереду. Цього досягають наступними засобами:

- розташуванням глядацьких місць на горизонтальній площині, а об'єкта на такій висоті, за якої промені зору від кожного глядача до всіх частин об'єкта проходять над головами попереду сидячих людей;

- послідовним підніманням рядів для глядачів так, щоб усі промені зору до всіх частин об'єкта проходили над головами попереду сидячих людей;

- підняття місць для глядачів та об'єкта спостереження.

Просторове розташування сидячих місць установлюють у вертикальній і горизонтальній площинах, а саме в плані та розрізі приміщення. Віддаленість глядацьких місць від подіуму, ширина ряду і сидіння безпосередньо впливають на умови перегляду в горизонтальній площині [3].

Згідно з нормами проектування культурно-видовищних та дозвіллевих закладів: ширина крісел (між осями підлокітників) – не менше 0,52 м; ширина стільців і лав – не менше 0,45 м; глибина стільців, крісел та лав має забезпечувати ширину проходів між рядами не менше 0,45 м; глибина ряду – не менше 0,9 м, а між спинками стільців і лав – не менше 0,85 і 0,8 м.

Враховуючи сучасні вимоги щодо пристосування всіх громадських просторів до потреб осіб із обмеженими можливостями, які викладені у ДБН В.2.2–17–2007 “Будинки і споруди. Доступність будинків і споруд для маломобільних груп населення”, слід обов’язково передбачати місця для інвалідів на кріслах-візках (5% від загальної кількості місць). Розмір місця для інвалідів на кріслах-візках визначається габаритами крісла-візка і становить 0,9 x 1,5 м. Місця необхідно передбачати на рівній ділянці підлоги в першому ряду, ширина під’їзду до місць має становити не менше 0,9 м [4].

Розміщення глядацьких місць може бути шахове та лінійне. Шахове забезпечує кращі умови видимості, тому такий спосіб слід використовувати при обмежених габаритах глядацької зони, де нема достатньо місця для організації рядів із підняттям.

Згідно з вимогами пожежної безпеки, що представлені у ДБН В.1.1.7–2002 “Захист від пожежі. Пожежна безпека об’єктів будівництва”, є нормована кількість глядацьких місць в одному ряду: так, безперервне встановлення глядацьких місць в одному ряду з одностороннім виходом із ряду допустиме не більше 26, двостороннім – не більше 50 [2]. Окрім того, нормуванню підлягає і відстань від найдалшого місця до найближчого евакуаційного виходу. Вона залежить від ступеня вогнестійкості конструкції та від щільності людського потоку під час евакуації і становить від 60 м до 20 м [2]. Врахування цих норм може суттєво коригувати дизайнерський задум щодо розташування глядацької та демонстраційної зони, особливо, якщо показ відбувається у закритому приміщенні, де вимоги пожежної безпеки особливо суворі. При організації модного показу на відкритому просторі цю вимогу (відстань до найближчого виходу) можна не враховувати.

Віддаленість глядацьких місць від подіуму зазвичай також визначають згідно з нормами проектування культурно-видовищних закладів, тобто дистанція між передньою межею подіуму та спинками сидінь першого ряду глядачів має бути 1,2 м–1,5 м. Проектуючи подіум, необхідно враховувати той фактор, що рівень очей глядача, який сидить над рівнем підлоги, приймають за 1,1 м (в середньому, встановлено на основі антропометричних вимірів). Висота подіуму над рівнем першого глядацького ряду не повинна перевищувати 1 м, а в приміщеннях місткістю до 500 місць – не більше 0,8 м, з горизонтальною підлогою – не більше 1,1 м). Перевищення одного ряду над іншим приймають від 0,12 м до 0,45 м. Нижче перевищення не має сенсу, оскільки глядачеві з вищого ряду огляд буде утруднений, а перевищення більше ніж 0,45 м може бути небезпечним [3].

Прикладом організації добрих умов видимості у сучасному дизайн-проекуванні демонстраційних просторів є простір, створений згідно із задумом Карла Лагерфельда для показу колекції “CHANEL” Haute Couture в Парижі у Grand Palais, Весна/Літо 2013 р. Основною концепцією модної колекції була інтерпретація квіткових мотивів, запозичених з колекції музею Вікторії і Альберта в Лондоні. К. Лагерфельд створив атмосферу лісу, посеред якого – амфітеатр. Глядацькі місця були запроєктовані у вигляді амфітеатру. Кожному в цьому просторі залі, незалежно від відстані, яка його відділяла від дійства, завдяки піднесенню уступів з розташованими на них глядацькими рядами (висота перевищення ряду над попереднім становила у середньому 0,3 м), було забезпечено добрий огляд сцени, на якій працювали манекенниці (рис.1).

Проте сучасні тенденції модних показів можуть бути спрямовані на те, щоби “зламати стереотипи”, тобто побудувати простір, який суперечить виробленим вимогам для досягнення більшого емоційного й естетичного ефекту. Наприклад, глядацькі місця можуть бути розміщені

впритул до місця показу колекції бренду “Christian Dior” Весна/Літо, 2018. Дизайнер Марія Грація К’юрі для показу колекції вибрала локацію музею Родена в Парижі.



Рис. 1. Організація глядацької та демонстраційної зон у показі колекції “CHANEL” у Grand Palais, Париж, 2013. Дизайнер – Карл Лагерфельд.

Глядацька зона вирішена у вигляді трибун, амфітеатром охоплює круглу демонстраційну зону. Значне перевищення рядів забезпечує дуже добрі умови видимості. Джерело: www.chanel-news.com

Концепцією показу була тема гри, сюрреалізм (рис. 2). Демонстраційний простір інтерпретовано, як величезний шаховий куб, декорований усередині скульптурами у вигляді частин тіла: вуха, губи, ніс, очі, торс, котрі висять над кріслами у стилі Наполеона III.



Рис. 2. Організація глядацької та демонстраційної зон у показі колекції “CHRISTIAN DIOR” у Музеї Родена, Париж, 2018. Дизайнер – Марія Грація К’юрі.

Глядацька та демонстраційна зони розташовані впритул, добра видимість можлива лише під час безпосереднього проходження моделі перед глядачем.

Джерело: https://www.dior.com/diormag/sites/default/files/styles/dn_audio_video/public/videoposter_dmag_hcpe18_timelapse.jpg?itok=HUxyu60M

Стіни декоровані драперіями в техніці трюмплей, а підлога – у вигляді шахової дошки. Класичного подіуму нема, доріжка, якою проходять манекенниці, зливається з глядацькою залогою, а тому дає змогу варіабельності в організації режисури показу. Глядачі сидять упритул до умовного демонстраційного шляху. Кордони між подіумом та глядацькою залогою стерті, тому легше задіяти глядацький простір і демонстрації. Таке планування, можливо, і не забезпечує симультанного огляду колекції, проте створює добрі умови для зорового сприйняття та детальнішого розгляду колекції.

Яскравість і контрастність співвідношення моделі та фону. Для забезпечення оптимальних умов зорового сприйняття під час демонстрації модної колекції слід враховувати

яскравість і контрастність співвідношення моделі та фону. Часто фоном і водночас центром композиції сцени на модному показі є так званий “задній план”. Розрізняють поняття прямого та оберненого контрастів, які дуже вдало використовують дизайнери при побудові сценографії модного показу. В тому випадку, коли об’єкт (манекенниця) темніший від тла, на якому перебуває, йдеться про прямий контраст. Оберненим контраст називають тоді, коли об’єкт (манекенниця) яскравіший або/та світліший від фону. Вважають, що сприйняття моделей на подіумі за оберненого контрасту сприятливіше для сприйняття, ніж при використанні принципу прямого контрасту. В цілому рівномірний розподіл яскравостей у зоровому полі розглядають, як важливий чинник, що впливає на загальне сприйняття демонстраційного простору. Впродовж одного показу, залежно від сценографії шоу, можна чергувати принципи прямого та оберненого контрастів, досягаючи необхідного емоційного ефекту.

Для прикладу розглянемо показ, де було використано принцип прямого контрасту. Так, модель, яка сприймалася силуетно, виходила на подіум на фоні яскраво-жовтого кольору. Це не лише створювало значний емоційний та естетичний ефект, а й підвищувало якість зорового сприйняття (рис. 3а). І навпаки, обернений контраст, коли затемнене тло, а модель яскрава і добре освітлена, створював ідеальні умови для огляду дрібних деталей на одязі манекенниці (рис. 3б).

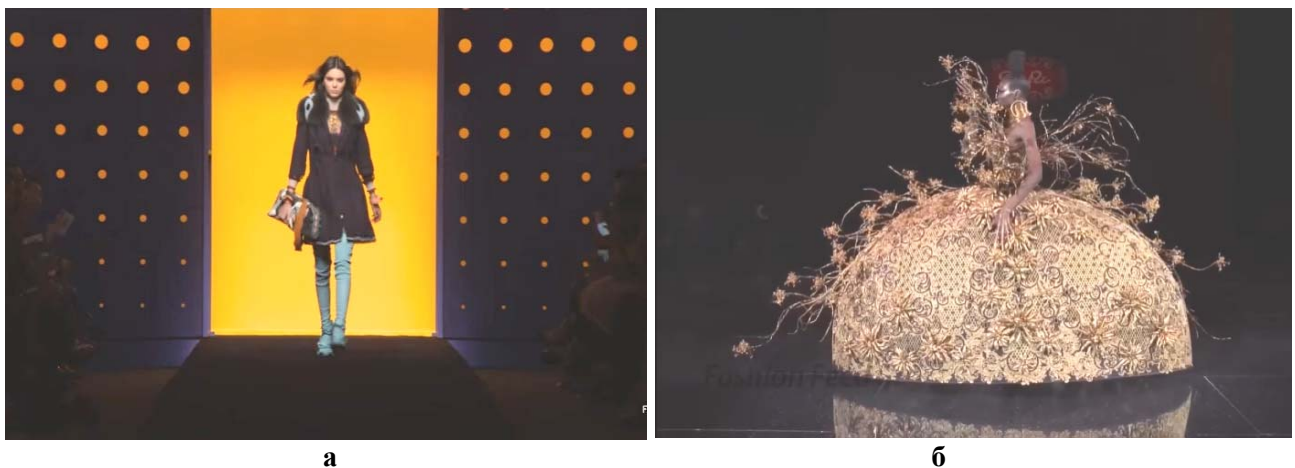


Рис. 3. Варіанти використання принципів контрасту моделі та фону у демонстрації модної колекції.

а – Приклад застосування принципу прямого контрасту.

Показ колекції “Fendi”, Мілан, 2016.

Джерело: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016.../fendi>

б – Приклад застосування принципу оберненого контрасту.

Показ колекції “Guo Pei”, Париж, 2018.

Джерело: https://culturebox.francetvinfo.fr/sites/default/files/styles/article_diaporama_image/public/filefield_paths/sipa_00841336_000004.jpg?itok=ZkFhQrln

Колірне вирішення та освітлення демонстраційного простору.

Загальновизнано, що колористичне вирішення має надзвичайно велике значення у сприйнятті демонстрації модної колекції. Кольори можуть викликати асоціації, створювати оптичні ілюзії, змушувати помилятися у сприйнятті пропорцій, масштабу і т. д. Насамперед колір має естетичне значення для сприйняття: естетичний вплив одного або поєднання кількох кольорів і естетико-художнє загальне враження. За допомогою кольору можна виражати різні концептуальні ідеї: організувати простір, одноколірністю підлоги, стін та стелі передаючи ідею цілісності, або створити “хаос”, розбивши колірними плямами простір. За допомогою кольору можна акцентувати або нівелювати певні об’єкти, фокусуючи на них увагу спостерігача.

Володіючи просторовими властивостями кольорів, котрі залежать від таких факторів, як інтенсивність, тональність, глибина, фактура колірних поверхонь, дизайнер може впливати на зорове сприйняття презентаційного простору. Формуючи кольорову композицію в демонстраційному середовищі, важливо враховувати взаємозалежність таких характеристик кольору, як: помітності, фактурності, вагомості, взаємного місця розташування у просторі тощо. Так, кольори теплої гама, яскраві, насичені, глибокі тональності з вираженою фактурністю збільшують предмети і створюють ілюзію виступаючих, відносно холодних, ненасичених, світлих з слабо вираженою фактурністю поверхні. Поверхні можуть мати різні фактури й текстури: бути дзеркальними, матовими, гладкими, шерехуватими, рельєфними тощо, а їх форми – рівними, вигнутими, деформованими і т. д. Залежно від цього створюється певний оптичний ефект. Зокрема, виступаючий інтенсивний жовто-гарячий колір з гладкою поверхнею може здаватися віддаленішим, аніж відступаючий холодний, глибокий, темно-зелений з яскраво вираженою фактурою. Отже, формування дизайну демонстраційного простору та його кольорове вирішення взаємозв'язані та підпорядковані загальній сценографічній концепції модного показу.

Неабияке значення має і світлове вирішення модного показу. Важливою функцією світлового вирішення є, крім утилітарної, вплив на психологічний стан глядача, що має допомогти сформувати відповідний художній образ. Нині відомі різноманітні класифікації освітлення. Наприклад, за критерієм походження розрізняють: природне (джерелом служать сонце і небосхил); штучне і комбіноване. Оскільки модні покази можуть відбуватись у будь-яких середовищах, то врахування джерела походження освітлення є вкрай важливим. За розташуванням джерела освітлення розрізняють такі типи: верхнє, верхньо-бокове; бокове освітлення; купольний принцип освітлення. Крім того, К. Соррел розрізняє ще такі типи освітлення: спрямоване освітлення, непряме освітлення, розсіяне світло, місцеве освітлення та драматургічне освітлення (створення емоцій, гра світла й тіні) [14]. Тема освітлення презентаційних просторів є окремою темою для дослідження, тому тут лише побіжно згадане його значення у дизайн-проектванні презентаційних просторів як важливий чинник забезпечення умов доброї видимості.

Одночасна кількість моделей на подіумі та їх маршрутизація. Важливою характеристикою зорового аналізатора є його обсяг, тобто кількість об'єктів, які може охопити людина протягом однієї зорової фіксації. Установлено, що обсяг сприймання становить 4–8 не пов'язаних між собою елементів. Це обмеження зумовлене в основному обмеженістю обсягу пам'яті щодо відтворення сприйнятого матеріалу. Групування ж об'єктів дає змогу збільшити обсяг сприйняття. Ця здатність людського сприймання має значення при постановці виходу моделей на подіум, на сценографію показу в цілому.

Схеми виходу моделей можуть бути дуже різними. У таблиці 1 представлені варіанти групування моделей на подіумі та їх маршрутів. Найтрадиційніша за наявності подіуму – прямолінійна “центрична” схема. Модель йде по центру подіуму, і коли вона починає рух у зворотний бік, із-за куліс виходить наступна дівчина. Щоби дівчата не зіткнулися на подіумі, режисер показу передбачає варіанти “розходження”. Але можливий варіант, коли моделі, порівнявшись одна з одною, зроблять кілька переходів – “подіумних па”, після чого обидві можуть продовжити шлях по центру подіуму в різних напрямках. Інша схема – довільна “змійка”. У цій схемі моделі виходять одна за одною з деяким інтервалом по лівому краю подіуму, на мить позують фотографам, і йдуть по правому краю подіуму. Виходить безперервний потік моделей по периметру подіуму. У такій схемі іноді проводять увесь показ, але найчастіше таким чином моделі проходять на фінальному виході, після основного показу колекції. Наступний варіант виходу – груповий. Моделі виходять із-за лаштунків по двоє або по троє, демонструють костюми і так само колективно йдуть з подіуму, поступаючись місцем наступній групі. Така схема виходу вигідна, якщо в колекції дуже багато комплектів, бо якщо їх показувати по одному, показ розтягнеться на тривалий час. Але іноді такі виходи застосовують, і для різноманітнення демонстрації.

Варіанти групування моделей на подіумі та їх маршрутів
(авторська розробка)

Варіанти групування моделей на подіумі та їх маршрутів		Напрямок руху моделей (маршрутизація)		
		Прямолінійний “центричний”	Довільний “змійка”	Коловий “циклічний”
Кількість моделей на подіумі (одночасно)	Одна модель	Модель рухається прямолінійно, інтервал виходу між моделями достатній, щоб візуально кожна з них сприймалась окремо	Модель рухається довільним, складним маршрутом, інтервал виходу між моделями достатній, щоб візуально кожна з них сприймалась окремо	Модель рухається по колу, інтервал виходу між моделями достатній, щоб візуально кожна з них сприймалась окремо
	Група моделей, вихід з інтервалом (дискретний)	Моделі рухаються прямолінійно, з невеликим інтервалом, візуально одночасно сприймаються 2-3 моделі	Моделі рухаються довільно з невеликим інтервалом, візуально одночасно сприймаються 2-3 моделі	Моделі рухаються по колу з невеликим інтервалом, візуально одночасно сприймаються 2-3 моделі
	Група моделей вихід одночасний (симультанний)	Група моделей рухається одночасно, прямолінійно	Група моделей рухається довільно	Група моделей рухається по колу

Використання класичних схем має важливе значення для успішної роботи під час модного показу фотографів та відеооператорів. Варто зауважити, що надто креативні, не передбачувані проходи моделей погано впливають на зйомку, оскільки фотографи можуть не встигнути відзняти всю колекцію.

Отже, забезпечення оптимальних умов зорового сприйняття є важливим умовою успішного дизайн-проекту демонстраційних просторів для модних показів. Дизайнерові важливо поєднати естетичний та функціональний аспекти процесу проектування, враховувати всі чинники, які є засадничими при проектуванні інтер'єрів і організації культурно-розважальних шоу. Важливо пам'ятати, що запорукою успіху модного показу буде можливість безперешкодного, комфортного та безпечного його перегляду. При цьому створення сприятливих умов зорового сприйняття постає одним із найважливіших завдань. Процес дизайн-проектування презентаційних просторів є процесом комплексним, його слід забезпечувати власною методикою проектування.

Визначено, що на забезпечення адекватного зорового сприйняття модного шоу впливають фактори, пов'язані з антропометричними особливостями людини, а також її психофізіологією сприйняття. На основі аналізу цих факторів сформульовані такі рекомендації до процесу дизайн-проектування:

1. Функціональна та естетична сторони організації простору для демонстрації модного показу є паритетними, тому формування цих двох складових має відбуватись одночасно, оскільки вони можуть суттєво коригувати одна одну.

2. Поряд із формулюванням ідеї сценографії показу дизайнер повинен старанно вивчити, обміряти та проаналізувати наданий простір щодо можливості організації у ньому

модного показу, врахувавши вимоги не лише адекватного зорового сприйняття, а й безпеки глядачів та учасників шоу (можливість швидкої евакуації тощо).

3. При проектуванні простору для модних показів потрібно враховувати потреби людей з обмеженими фізичними можливостями та забезпечити їх необхідними умовами для доброго зорового сприйняття.

4. Лише після врахування чинних норм можна затверджувати концепцію функціонального зонування та корелювати її із концепцією сценографії.

ЛІТЕРАТУРА

1. ДБН В.2.2.–9–99 “Будинки і споруди. Громадські будинки і споруди. Основні положення”. – К. : Держбуд України, 1999.
2. ДБН В.1.1.7–2002 “Захист від пожежі. Пожежна безпека об’єктів будівництва”. – К. : Держбуд України, 2003.
3. ДБН В.2.2–16–2005 “Будинки і споруди. Культурно-видовищні та дозвіллеві заклади”. – К. : Держбуд України, 2005.
4. ДБН В.2.2–17–2007 “Будинки і споруди. Доступність будинків і споруд для мало мобільних груп населення”. – К. : Мінбуд України, 2007.
5. Дефіле (мода). Електронний ресурс. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Дефіле_мода (перегляд 05.10.2018).
6. Костина А. Эстетика рекламы [Текст] : учебн. пособие / А. Костина. – М. : Вершина, 2003. – 296 с.
7. Литвинов Г. В. Сценография : Учебное пособие / Г. В. Литвинов. – Челябинск : ЧГАКИ, 2013. – 184 с.
8. Люшер М. Цветовой тест Люшера / М. Люшер. – М. : ЭКСМО, 2004. – 192 с.
9. Миронова Л. Цветоведение / Л. Миронова. – Минск : Вышэйшая школа, 1984. – 284 с.
10. Прищенко С. В. Кольорознавство : Навчальний посібник / [за ред. проф. Є. А. Антоновича]. – К. : Альтерпрес, 2010. – 354 с.
11. Проскуряков В. І. Принципи розвитку архітектурної типології українського театру: Дис. на здобуття наук. ступеня д-ра архітектури: 18.00.02 “Архітектура будівель та споруд” / В. І. Проскуряков. – Національний ун-т “Львівська політехніка”. – Львів, 2002. – 485 с.
12. Салахов Р. Ф. Роль сценической среды в раскрытии образов коллекции костюмов / Р. Ф. Салахов, К. П. Кузьмина // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 2. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12739> (перегляд 01.11.2018).
13. Серов Н. Цвет культуры: психология, культурология, физиология: научн. издание / Н. Серов. – СПб. : Речь, 2004. – 672 с.
14. Соррел К. Пространство и свет в современном интерьере / К. Соррел. – Москва, Кладезь-Букс, 2007. – 140 с.

REFERENCES

1. DBN V.2.2.–9–99 [State Building Codes V.2.2.–9–99], *Budyanky i sporudy. Gromadski budynky i sporudy. Osnovni polozhennya* [Buildings and structures. Public buildings and structures. Substantive provisions], Kyiv, Derzhbud. (in Ukrainian).
2. DBN V.1.1.7–2002 [State Building Codes V.1.1.7–2002], *Zakhyst vid pozhezhi. Pozhezha bezpeka ob'ektiv budivnytstva* [Fire protection. Fire safety of construction objects], Kyiv, Derzhbud. (in Ukrainian).
3. DBN V.2.2–16–2005 [State Building Codes V.2.2–16–2005], *Budyanky i sporudy. Kulturno-vydovyshchni ta dozvillievi zaklady* [Buildings and structures. Cultural entertainment and entertainment facilities], Kyiv, Derzhbud. (in Ukrainian).
4. DBN V.2.2–17–2007 [State Building Codes V.2.2–17–2007], *Budyanky i sporudy. Dostupnist budynkiv i sporud dlya malomobilnykh grup naseleння* [Buildings and structures. Availability of buildings and facilities for disable people], Kyiv, Minbud. (in Ukrainian).

5. *Defile* [Defile]. available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Дефіле_мода (access 05.10.2018) (in Ukrainian).
6. Kostina, A. (2003). *Estetika reklamy* [Advertising aesthetics], Moscow, Vershina. (in Russian).
7. Litvinov, G. (2013). *Stsenografiya* [Scenography], Chelyabinsk, ChGAKI. (in Russian).
8. Lusher, M. (2004). *Tsvetovoy test Lyushera* [Colour Test of Lusher], Moscow, EKSMO. (in Russian).
9. Mironova, L. (1984). *Tsvetovedenie* [Colour Studies], Minsk, Vyshaishaia shkola. (in Russian).
10. Prishchenko, S. (2010). *Koloroznavstvo* [Colour Studies], Kyiv, Alterpres. (in Ukrainian).
11. Proskuriakov, V. (2002). "Principles of development of the architectural typology of the Ukrainian theater", The dissertation of the Doctor of architecture, Specials 18.00.02 "Architecture of buildings and structures", Lviv, Lviv Polytechnic National University. (in Ukrainian).
12. Salahov, R. and Kuzmina, K. (2014). The role of the stage environment in revealing images of the costume collection, *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya* [Modern problems of science and education], available at: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12739> (access 01.11.2018) (in Russian).
13. Serov, N. (2004), *Tsvet kultury: psihologiya, kulturologiya, fiziologiya* [Colour of culture: psychology, cultural studies, physiology], Saint Petersburg, Rech. (in Russian).
14. Sorrel, K. (2007), *Prostranstvo i svet v sovremennom interyere* [Space and light in a modern interior], Moscow, Kladez-Book. (in Russian).

УДК 746/7.091.8+067

Ольга Луковська

НОВІТНІ МИСТЕЦЬКІ ПРОЕКТИ В АРТТЕКСТИЛІ УКРАЇНИ

У статті досліджено особливості розвитку арттекстилю України в контексті новітніх мистецьких проектів. Увагу звернено на значну активізацію виставкової діяльності. На прикладі всеукраїнської трієнале професійного текстилю проаналізовано провідні експериментальні риси і тенденції у творчості вітчизняних митців. Вивчення стилістичних особливостей творів виставкового плану показало, що автори шукають різних творчих підходів, експериментують із формою, структурою, фактурою.

Ключові слова: арттекстиль, виставка, митець, художні особливості, експеримент, концепція, куратор.

Ольга Луковская

НОВЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРОЕКТЫ В АРТТЕКСТИЛЕ УКРАИНЫ

В статье исследованы особенности развития арттекстиля Украины в контексте новейших художественных проектов. Внимание сосредоточено на значительную активизацию выставочной деятельности. На примере всеукраинской триеннале профессионального текстиля проанализированы ведущие экспериментальные тенденции, имеющие место в творчестве художников. Изучение стилистики произведений выставочного плана показало, что авторы ищут различных творческих подходов, экспериментируют с формой, структурой, фактурой.

Ключевые слова: арттекстиль, выставка, художник, художественные особенности, опыт, концепция, куратор.