КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

Факультет Архітектурний
Кафедра ДИЗАЙНУ
Освітньо-кваліфікаційний рівень Бакалавр
Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»
(шифр і назва)
Спеціальність 022 «Дизайн»
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Завідувач кафедри
дизайну
професор, д.арх. _____Ю.В.Третяк

"__" _____ **2022** року

З А В Д А Н Н Я
НА АТЕСТАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТА

Каранда Дар'я Юріївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Дизайн інтер'єру виставкової галереї»

Науковий керівник роботи доц. Щеглов Сергій Петрович ,
ст.кер. Алексєєнко Л.В.
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «18» квітня *2022 року № 265/2*

2. Термін виконання студентом роботи *14.02.2022 – 19.06.2022 р.*

3. Вихідні дані до роботи *Ситуаційний план, Генеральний план, плани, фасади архітектурного об'єкту*

4. Зміст атестаційної бакалаврської роботи (перелік питань, які потрібно розробити) Аналіз теоретичної джерельної бази, дослідження та вивчення аналогів, нормативні вимоги до проектування інтер'єрного середовища, вихідні дані, концепція інтер'єру, функціонально-технологічне і об'ємно-просторове рішення інтер'єру приміщення, меблі та обладнання, дизайн-розробка фірмового стилю інтер'єру.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Ситуаційний план, Генеральний план, план приміщення, розгортки стін, план стелі, деталі; Відображення роботи в матеріалі

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	*Доцент Хараборська Ю.О.*		
2	*Доцент Щеглов С.П.*		
3	*Ст.кер. Алексєєнко Л.В.*		

7. Дата видачі завдання *14.02.2022 року*

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	*Видача завдання*	*14.02.2022*	
2	*Збір матеріалу*	*14.02. –7.04.2022*	
3	*Виконання клаузури*		
4	*Розробка ескізу, пояснювальної записки - І розділу*	*7.04. –28.04.2022*	
5	*Оцінка ескізу*	*28.04.2022*	
6	*Подальша розробка пояснювальної записки, графічної частини і роботи в матеріалі*	*29.04. –12.06.2022*	
7	*Передзахист*	*10.06 – 13.06.2022*	
8	*Перевірка роботи на відсутність плагіату*	*13.06. –16.06.2022*	
9	*Підготовка експозиції і доповіді*	*13.06. –19.06.2022*	
10	*Захист роботи*	*20.06. –24.06.2022*	

Студент _____ Каранда Д.Ю.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Щеглов С.П.
(підпис) (прізвище та ініціали)

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

АРХІТЕКТУРНИЙ

(факультет)

ДИЗАЙНУ

(кафедра)

АТЕСТАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему «Дизайн інтер'єру виставкової галереї»

Виконав: студент **4** курсу, групи **ДН-43**
за спеціальністю **022 «Дизайн»**

(шифр і назва напряму підготовки, спеціальності)

Каранда Дар'я Юріївна

(прізвище, ім'я та по батькові)

Консультанти: Доц. Щеглов С.П. , ст.кер. Алексєєнко Л.В.

(наук. ступінь, посада, прізвище та ініціали)

Керівник Доц. Щеглов С.П.

(наук. ступінь, посада, прізвище та ініціали)

Рецензент Науково-методична комісія спеціальності

(наук. ступінь, посада, прізвище та ініціали)

Робота містить власні проектні пропозиції. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Каранда Д.Ю.

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Київ - 2022 р.

ЗМІСТ

Вступ…… 4

РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ГАЛЕРЕЙНОГО ПРОСТОРУ.. 5

1.1 Аналіз теоретичної джерельної бази. Дослідження та вивчення аналогів…. 5
1.2 Нормативні вимоги проектування інтер'єрного середовища…… 18
1.3 Висновки до першого розділу……... 23

РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ І ПРИЙОМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ.....24

2.1 Вихідні дані..... 24

2.2 Концепція інтер'єру……... 24

2.3 Функціонально-технологічне і об'ємно-просторове рішення інтер'єру приміщення..... 30

2.4. Меблі та обладнання..... 33

Висновки до другого розділу ……. 36

РОЗДІЛ 3. ДИЗАЙН-РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ЗАКЛАДУ..... 37

3.1. Аналоги..... 37

3.2. Функціонально-технічні особливості..... 43

Висновки..... 49

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 51

ВСТУП

Актуальність теми. Виставкові приміщення – це ізольовані території певних габаритів, основна мета яких – демонстрація досягнень у галузі мистецтва, науки тощо. Як правило, вони здаються організаторам на час їхнього заходу. Виставковим простором може бути театральний простір, приміщення для галереї, майстерня, будь-який освітній заклад або громадська організація з творчим спрямуванням.

На сьогоднішній день громадські заклади з виставковим простором є невід'ємною складовою проведення часу людини, адже вони зумовлюють не тільки відвідування виставки, а й комфортне проведення часу у приємній обстановці та компанії. Зараз набувають популярності заклади, що об'єднують в собі галерейний простір та місце прийому напоїв, їжі тощо. Розвиток подібних закладів свідчить про новий період у культурному розвитку українців, сприяє поширенню вже існуючих предметів мистецтва та створенню нових. Саме в таких установах, можна сказати, формується загальнокультурний рівень громадян.

Сучасний етап розвитку суспільства потребує творчості, адже вона є невід'ємною частиною життя. Мистецтво відображає життя в його цілісності та загальнолюдській значущості, задовольняє людські потреби, які виходять за межі звичайної необхідності та повсякденності. А тому особливе місце мають питання доступності мистецтва широкому споживачеві, перетворення культурного дозвілля в норму життя.

Наразі, коли культурне життя достатньо різноманітне, особливо актуальним є існування всього спектру центрів мистецтв, в тому числі і комплексних, які б могли задовольнити потреби суспільства у культурно-мистецькому розвитку.

Метою дипломної роботи буде визначити особливості функціонального планування і художньо-образних рішень інтер'єрів виставкових просторів та розробити власний дизайн інтер'єру закладу з виставковим простором.

РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ГАЛЕРЕЙНОГО ПРОСТОРУ

1.1. Аналіз теоретичної джерельної бази. Дослідження та вивчення аналогів

Від самого початку, **галерея** — вузьке довге крите приміщення, як правило, з колонами уздовж однієї зі стін. Проте зручність розміщення експозицій у галереях призвела до того, що галереями стали називати художні музеї або їх частини взагалі, без прив'язки до архітектурних особливостей.

На початку розробки власного дизайну інтер’єру з галерейним простором, я перейшла до аналізу вже існуючих закладів з подібною концепцією.

AVANGARDEN gallery & wine bar [1]

Avangarden Gallery & Wine Bar – це галерея сучасного мистецтва та винний бар на вулиці Січових Стрільців, Київ. Проєкт, який охоплює і виставковий простір, і винний бар. Це спосіб зробити заклад більш доступним і відкритим, ніж формалізовані мистецькі інституції. Одним із головних завдань Avangarden визначають «знизити поріг входу в сучасне мистецтво».

За проєкт відповідала студія Belenko Дениса Беленка, в портфоліо якої, зокрема, київські заклади Milk Bar, Adelle, Wine Love, Mimosa Brooklyn Pizza та Mimosa Brooklyn Burger. Приміщення умовно поділили на дві частини: зліва від входу виділили зону з овальною контактною барною стійкою та посадковими місцями, а з правого боку – виставковий простір.

Для перебудови приміщення під нові потреби у просторі прибрали перегородки та позбулися гіпсокартону на стінах. Проте, залишили кілька колон, оголених до початкового виду. Поряд з ними розташували риштування, які застосовують для експозиційних цілей. У закладі 44 посадочних місця, дев'ять із яких облаштували навколо бару. Також кілька місць виділили біля входу на сезонну посадку за двома столами. У виставковій частині приміщення продумано рішення для експонування та зонування.

Інтер’єр галереї привертає мою увагу через фактуру матеріалів, кольорове незвичайне рішення, що підкреслює об’єкти виставки (рис.1.1) Окрім того, в проекті навмисно робили єдиний простір, уникаючи перегородки та розділення на секції. Це зумовлено ідеєю вільного пересування відвідувача з келихом напою від барної зони до зони з експонатами, створюючи гармонійний цільний простір. Невелика квадратура приміщення дозволяє не розділяти залу на багато секцій, натомість цікаво об’єднати простір в єдину картину.



Рис 1.1 Галерея сучасного мистецтва та винний бар Avangarden

The Naked Room [2]

The Naked Room – професійна галерея, де експозицію можна роздивитися за кавою чи келихом вина, придбати витвір мистецтва чи книгу. Коло митців, чиї експозиції можна буде бачити в The Naked Room, вони окреслюють як «художників нашого покоління». Це стирає обмеження щодо віку, належності до певних напрямків мистецтва (рис.1.2)

Оформленням простору займався дизайнер Еміль Дервіш. Спеціальний візуальний стиль галереї розробляли в 3Z Studio.

Інтер’єр сирого місця, яке не приховує шрамів минулого або красу своєї недосконалості. Голий простір, готовий бути одягнутим художниками, яких можна побачити на виставці. Головна ідея цього закладу втілена в інтер’єрі. Галерея заворожує просторами, голими стінами, що чудово поєднуються з виставковими експозиціями. Більш того, кожний елемент простору з розумом оздоблений під стиль закладу, що робить його унікальним. У приміщеннях не приховані батареї й подібні комунікації, підлога відповідає її початковому вигляду.



Рис 1.2 The Naked Room: галерея сучасного мистецтва

Fattoush Bar Gallery [3]

Шістсот п’ятдесят квадратних метрів у цьому закладі повністю присвячені кулінарному мистецтву, декоративно-прикладному мистецтву та ремеслам. Fattoush Bar Gallery влучно використовує перероблений дизайн, меблі і декор, які були ретельно зібрані на блошиних ринках по всьому світу.

Таким чином, проект ставить себе в авангард тенденції повторного використання, яка на сьогодні задає тон міжнародній архітектурі.

Щоб поглибити еклектичний ефект і пов'язати "слова", представлені різними предметами, в єдину мову дизайну, Галатія-Азулай (дизайнер цього інтер'єру) вирішив використати різні оздоблювальні матеріали, різні форми та безліч кольорів, що знаходяться під впливом різних, відповідних періодів, створюючи таким чином еклектичне та барвисте текстурне багатство, яке атакує почуття (рис.1.3) Його прагненням було створити ефектну демонстрацію лобових зіткнень, які лише разом створюють єдиний ритм. Таким чином, із сирих, нерафінованих зіткнень між різними матеріалами та елементами народжується динамічний та мінливий простір з унікальною індивідуальністю.

Сама ідея повторного використанні в інтер'єрі дуже актуальна, а використання різних фактур, текстур в інтер'єрі робить заклад унікальним, що я вважаю цікавим і для власного проекту.



Рис 1.3 Fattoush Bar Gallery

Courtesy Sacripante Art Gallery [4]

Sacripante - це художня галерея, гарна і правильна, стіни із сірого каменю обвішані творами сюрреалістичного поп-арту, що змінюють один одного.

Заклад побудований у кістках старого монастиря, прагне змішати старе з новим, що є суттю його району Монті. Зайшовши всередину цієї подвійної художньої галереї та бару, ви проходите повз старі кам'яні стіни, на яких висять сучасні картини та фотографії, створені місцевими художниками (рис.1.4) Галерея поділена на невеликі кімнати, інтер'єри яких розроблені італійським архітектором-новатором. У кожній із них стоять зручні дивани, а м'яке світло створює відчуття ідеальної інтимності. Дубові балкові стелі, полірованні цементні підлоги тільки підсилюють ефектність закладу.

Аналізуючи сучасний закордонний та український досвід проектування інтер'єрів галерейних закладів можна дійти до висновку, що дизайн інтер'єру залежить від того, якого роду виставки будуть проводитися у конкретному закладі. Проект містить ідеєю висвітлювання української культури та мистецтва на європейський лад. Тобто приміщення, у якому весь час проводитиметься виставка експонатів одного виду, має статичні елементи, комфортні меблі та власну атмосферу.

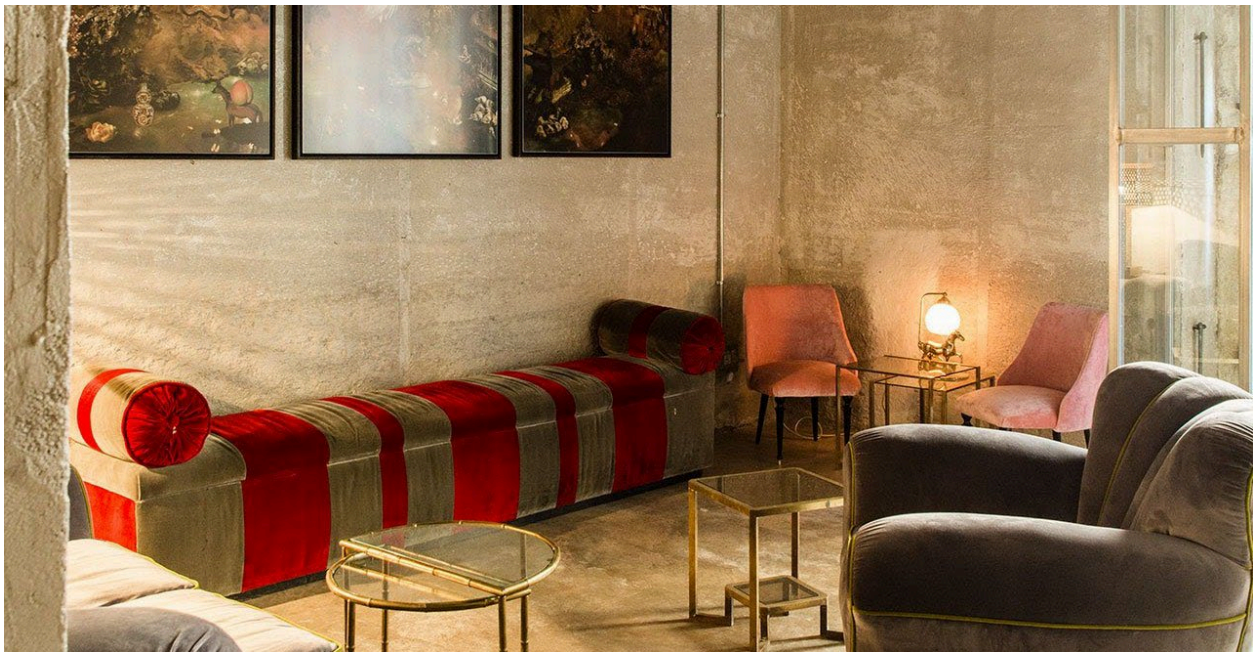


Рис 1.4 Courtesy Sacripante Art Gallery

Istetyka Eatery [5]

Нерівні глиняні стіни та грубі бетонні поверхні загартовані гладкою сталлю та полірованим каменем у цьому київському ресторані, розробленому місцевою студією Yakusha Design. Ресторан під назвою «Істетика» – це українське слово «їжа та естетика» – подає здорове фаст-фуд. Для створення заспокійливого інтер'єру закусочної Yakusha Design використала його фірмову естетику, яка поєднує чисті лінії з натуральними та переробленими матеріалами (рис.1.5) Палітра, обрана студією, спрямована на балансування грубих і гладких поверхонь, геометричних і органічних форм за допомогою дерева, сірого каменю, переробленого пластику, сталі та глини з ямочками. Неочищений бетон, який утворює колони вздовж фасаду ресторану та обшиває його відкриту стелю, також був включений в інтер'єр.



Рис 1.5 Istetyka Eatery

Уздовж одного боку ресторану проходить стіна з лавок у супроводі бетонних столиків, доповнених простими прямокутними пуфами з переробленого пластику (рис.1.6)





Рис 1.6 пуфи з переробленого пластику

Планування закусочної поділено на три функціональні зони. Обідня зона, що проходить поряд з переднім вікном, має вигнуті м’які сидіння, які обертаються навколо великих круглих столів, створених власним брендом меблів Yakusha Faina. Основа цих столів виготовлена з екологічно чистого матеріалу під назвою ztista, який був розроблений Фаїною з глини, переробленого паперу та інших природних компонентів.

На основі української техніки, відомої як валькування, яка використовувалася для будівництва традиційних хат, матеріал ztista наноситься на перероблений сталевий каркас для створення нерівної поверхні. (рис.1.7)

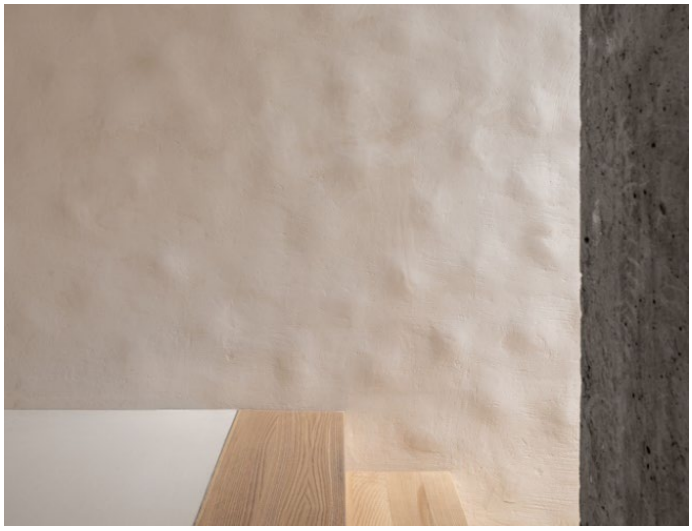


Рис 1.7 техніка валькування

Terra [6]

Terra втілює позачасову їдальню, де традиційні технології будівництва та застосування викликають домашній і гостинний досвід. Усвідомлюючи напружене й гучне оточення, Bone намагався відпочити від галасливого міста — Terra створена для контрасту з міським оточенням (рис.1.8)



Рис 1.8 Terra

Для студії Bone створення атмосфери укриття було обов’язковим. Внутрішній простір нагадує внутрішній дворик. Пишний сад огортає магазин і діє як природний бар'єр від навколишніх вулиць, приховуючи своїх мешканців на заземленій терасі (рис. 1.9) Переплетені серед внутрішнього простору зелені насадження дозволяють гостям насолоджуватися приватним моментом під час обіду. Поворотні скляні двері заввишки п’ять метрів приймають відвідувачів у внутрішній обідній простір з усіх трьох фасадів. Магазин виходить на схід, завдяки чому різкі промені сонячного світла проникають крізь прозорі скляні двері в жаркі години дня. Сонячне світло

також оголює відтінки та хвилясті глиняні стіни та нерівні поверхні теракотової плитки.



Рис 1.9 Пишний сад

Маючи сильне бажання поєднати архітектуру та майстерність, студія працювала разом із кількома талановитими спеціалістами, які допомогли створити простір. Поверхня сирої землі імітує різні кольори, які є природними та не містять пігментів. Глини з різних куточків Італії були отримані Маттео Бріоні, який розробив традиційну поверхню сирої землі, яка є здоровою, гіпоалергенною, універсальною та легко пристосовується до будь-якої поверхні. Брати Маттео, які володіють Fornace Brioni, також співпрацювали з Bone, щоб створити теракотову плитку для підлоги, яка прикрашає простір своєю недосконалістю та ремісничим мистецтвом (рис. 1.10)



Рис 1.10 Теракотова плитка

Veneno Restaurant [7]

Однією з найбільш непомітних якостей спроектованого простору є стриманість, яка виникає від досягнення м’якого балансу між елементами, кольорами, поверхнями та мотивами, їх хором не намагається подолати загальну композицію. Розглянемо випадок цього масивного рельєфу стелі, підвішеного над столовими ресторану Veneno в Гвадалахарі, Мексика (рис. 1.11) який зображує лабіринт стародавніх руїн саману, що нагадує тих, що належать доколумбійському поселенню. Навмисні піщані відтінки та текстури переливають інтер’єр цього ресторану, задуманого Монтеоном Архітектос Асоциадос, який шукав натхнення в традиційній мексиканській кухні та міксології, характерній для північної частини країни. Нагадуючи археологічні розкопки, дизайн ресторану, можливо, успішно витісняє повсякденну обстановку бару та ресторану з естетикою, яка оживає кольоровим градієнтом напівпустельного мексиканського клімату та характерним, народним характером гасієнд.



Рис 1.11 Veneno Restaurant

Команда дизайнерів шукала натхнення для розрізненої, але унікальної стели в Касас Грандес, або Пакіме, доісторичних археологічних розкопках у північному мексиканському штаті Чіуауа з археологічними руїнами глинобитних споруд, багатоповерховими будинками та земляними насипами з висушених на сонці блоків. , бруд, гравій і необпалена глина. Важкий вплив пустелі можна засвідчити в зернистих і пшеничних, близьких до монохроматичних тонах дизайну інтер'єру, поєднаних з акцентами та меблями з теплого дерева та золотистої фарби.

Виготовлені на замовлення низькі стіни різної висоти непомітно починаються, зсуваються та завершуються в ресторані, виконуючи роль перегородок, які створюють окремі секції, звільняючи місце для столу та сидінь, дерев'яної барної стійки, барної стійки в ніші та відкритої кухні. Ці текстуровані стіни своїми гладкими краями нагадують земляні будинки

історичного місця і створюють враження, що вони природним чином піднялися з землі, щоб повільно розмиватися (рис.1.12) Стеля керує всіма цими елементами, надаючи масштаб і драматизм затишному простору. Проріз між стінами веде до ванної кімнати та зон обслуговування, які були обладнані гарними дерев'яними кубічними умивальниками та дзеркалами органічної форми.



Рис 1.12 текстуровані стіни та форми

1.2. Нормативні вимоги проектування інтер'єрного середовища.

При проектуванні виставкового простору слід виконувати загальні вимоги і керуватися положеннями нормативних вимог проектування.

Розташування і тип громадських закладів харчування та напоїв (приміщень РГ) слід передбачати, керуючись розробкою перспективного регіонального генерального плану з урахуванням нового будівництва та реконструкції існуючих підприємств, а також можливих змін їх спеціалізації за рахунок інвестицій від замовників та недопущення створенню негативних факторів, що впливають на умови життя та довкілля населення.

Місткість щоденного обслуговування закладів харчування та напоїв (закладів РГ), як правило, від 25 до 75 місць (спеціалізовані кафе та закусочні, бари, кулінарія, комунальні їдальні, харчування та доставка - особливо для пенсіонерів, інвалідів та благодійних організацій), а також домові кухні повинні орієнтуватися на подібні послуги, а також враховувати послуги працівників підприємств та установ у межах житлового масиву (табл.1.1) [8]

Таблиця 1.1

Типи підприємств харчування (закладів РГ)	Кількість місць в залі
Ресторан	50-200
Бар:	
винний, молочний, гриль тощо	25-50
пивний	25-100
Кафе:	
загального типу	50-200
спеціалізоване (молодіжне, дитяче, кондитерська, морозиво, молочне тощо)	25-100
Їдальня:	
загальнодоступна	50-200
дієтична	50-100
роздавальна	25-50
Закусочна:	
загального типу	25-50
спеціалізована (згідно з термінами 3.15)	25-50
Кафетерій	8-50
Магазин кулінарії (без виробництва) торговельною площею	40- 180 м^2

Заклади їдальні (заклади РГ) складаються з двох функціональних груп приміщень:

а) для обслуговування відвідувачів;

б) для виготовлення кулінарних виробів

Отже, розмір підприємств харчування характеризується місткістю (кількістю місць у ресторані) і продуктивністю (кількість страв, вироблених за зміну).

Кількість місць прорахована по ДБН В.2.2-25:2009 "Підприємство харчування(заклади ресторанного господарства).[8] За формулою, відповідною до даного об’єкту проектування, був врахований коефіцієнт 1.6 (рис. 1.12)

6.2.2 *Обідні зали*

6.2.2.1 Площу обідньої зали (без роздавальної) слід приймати на 1 місце в залі, не менше, м^2:

- в ресторанах..... ....1,8;
- те саме з естрадою і танцмайданчиком 2,0;
- у їдальнях загальнодоступних і при вищих навчальних закладах 1,8;
- у кафе, закусочних і пивних барах.....1,6;
- у кафе-автоматах, закладах швидкого обслуговування і безалкогольних барах .....1,4.

Рис. 1.12 Коефіцієнти кіл-ті місць

За підрахунком на площу, відведену для прийому їжі та обслуговування відвідувачів, за коефіцієнтом 1.6 виходить 40 посадочних місць. Цей результат попадає в проміжок оптимальної кількості місць для винного бару, зазначеної у таблиці 1.1

Громадські їдальні (заклади РГ) можуть будуватися або прибудовуватися до житлових, громадських або промислових будівель відповідно до необхідних вимог гігієни та протипожежної безпеки для закладів харчування (РГ) з урахуванням норм, що діяли на момент

проектування. При цьому повинні бути збережені всі функціональні параметри самого підприємства та об'єктів, які його будують.

У житлових будинках дозволяється вбудовувати або прибудувати заклади харчування та напої (заклади РГ) місткістю не більше 50 місць і режимом роботи до 22 годин (відповідно до вимог СН 3077 і ДБН Б) 2.2-15. Кулінарні цехи процесу, торговельною площею не більше 150 кв.м, відповідно до ДБН В.2.2-9 [9], та їдальні у складі торгового підприємства.

Для цілеспрямованого дозвілля площу ресторану можна збільшити, або додати додаткові приміщення. У цьому випадку площа кімнати гостьової групи може бути збільшена до 25%. Двері та вікна приміщень харчової промисловості повинні знаходитися на відстані не менше 20 м від приміщень зі сміттєвими баками. Лінійний розмір майданчика в плані повинен перевищувати 1,5 м у всіх напрямках зони збору відходів. Заклади харчування (заклади РГ) зі сміттєзбірними станціями повинні мати власні системи збору та укладання сміття, окремо від тих, що знаходяться в житлових будинках. [10]

Відповідно до ДБН Б [11] елементи ділянки мають бути доступними для людей з обмеженими можливостями. а) Відкриті сходи та пандуси на майданчику повинні забезпечувати безпечне та легке пересування; б) огорожі, поручні та обладнання повинні використовуватися таким же чином для пересування індивідуальних інвалідних візків; в) Матеріали покриття, що використовуються для пересування людей та їх текстура запобігання ковзанню тощо. Будинки і споруди, в яких розміщуються підприємства харчування, повинні розташовуватися не менше ніж в 6м від червоної лінії. Відстані між будинками підприємств харчування і іншими будинками (житловими, громадськими, виробничими) повинні прийматися з урахуванням протипожежних розривів.

У їдальні повинні бути передбачені окремі входи та сходи для відвідувачів і персоналу. Вхід до їдальні, розташованої в житловому будинку, повинен бути відокремлений від входу житлового будинку. Входи до закладів харчування та напоїв, розташованих в адміністративних будівлях

промислових підприємств і житлових будинків, можуть бути суміщені з під'їздами цих будівель. Заклади харчування та напої з щоденною потужністю 3000 або менше дозволять працівникам доступу через завантажувальне приміщення.

Прохід — це простір між барною стійкою і заднім баром, де працює бригада барменів. Він повинен бути досить просторим, але не занадто великим, інакше бармену доведеться витрачати зайвий час для переходів від передньої стійки до задньої. [12] Вважається оптимальним, якщо між передньою і задньою стійками, за Нойфертом, відстань не перевищує 1м (рис.1.13) [13]

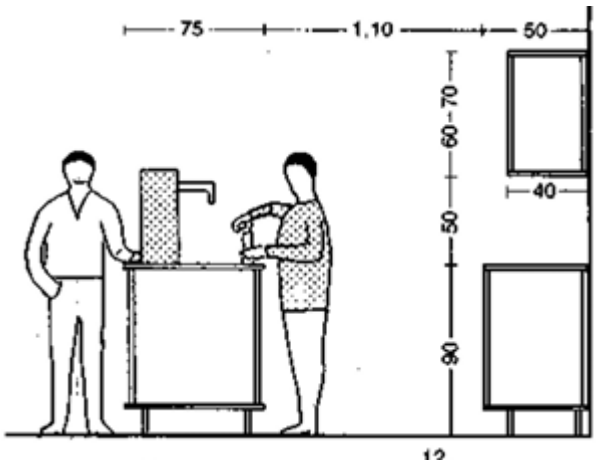


Рис. 1.13 Відстані барної зони за Нойфертом

Рекомендується природне освітлення (бічне, верхнє) в холах, основних виробничих та адміністративних приміщеннях. Рекомендується захищати приміщення холів, виробничі та адміністративні приміщення від прямих сонячних променів планово-конструктивними заходами. Усі приміщення, зазначені в ДБН В.2.5-28 і ДБН В.2.2-9, дозволяється проектувати за відсутності природного освітлення [14]

Матеріали та дизайн стель, стін і перегородок групи відвідувачів повинні забезпечувати акустичний комфорт, оптимальний мікроклімат і захист навколишнього середовища. Форма і фактура вертикальних поверхонь повинні бути безпечними в місцях скупчення людей і на дорогах висотою до 2 м.

Приміщення для зберігання продуктів має бути безпосередньо з'єднане з завантажувальним приміщенням і не повинно проходити через нього. Місця для зберігання продуктів і холодильні приміщення не можна розміщувати під мийно-санітарними та виробничими приміщеннями зі сходами. Зберігати продукти необхідно окремо відповідно до допустимих умов зберігання: сухі (борошно, цукор, очищені, макаронні вироби); хліб; м'ясо; риба; молоко та жир; овочі. Для зберігання житнього та пшеничного хліба рекомендується окрема комора. Харчові підприємства повинні бути обладнані комерційними та протипожежними системами водопостачання та водовідведення, які мають бути спроектовані згідно з вимогами СНиП 2.04.01, КПВВ. Розрахунок вартості гарячої та холодної води проводити відповідно до вимог ДБН В.2.5-64-2012 з урахуванням технічних завдань [15]

Підприємства громадського харчування повинні бути обладнані системами опалення та вентиляції, повинні бути спроектовані відповідно до СНиП 2.04.05, ДБН В.2.5-20 [16] і повинні підтримувати оптимальні параметри повітря в приміщеннях відповідно до СНиП 2.04.05.

Допустимі рівні шуму, що створюються системами вентиляції та іншими інженерно-технічними системами підприємств харчування (закладів РГ) у випадку, коли вони відбудовуються чи прибудовуються до житлових будинків, необхідно приймати в житлових приміщеннях на 5дБА нижче (поправка мінус 5дБА) відповідних норм для нічного часу згідно з вимогами ДСН 3.3.6.037 [17]

Планувальна організація приміщення складається з трьох частин: поділ кімнатних просторів; планування підлоги та стелі; освітлення та розміщення меблів та обладнання. Поділ простору можливий за допомогою колон, арок, балюстрад, перегородок різної висоти, декоративних ширм і перепадів почергових рівнів. Зміни рівнів підлоги та стелі можуть бути пов'язані з функціональними процесами або художніми та декоративними цілями. Можна змінити не тільки рівень, але і колір. Поверхи, на яких не можна змінювати автобусні маршрути та шляхи евакуації. Розміщення меблів та обладнання

повинно враховувати антропометричні параметри людини та створювати комфортні умови для здійснення функціональних процесів.

Основні умови колірної гами будь-якого приміщення в громадському будинку та візуально-психологічної узгодженості кольору та функціонального призначення приміщення. Тому розташування вестибюля та торгового залу слід вирішувати в нейтральних пастельних тонах. У холах фойє, кафе та ресторанів рекомендуються яскраві кольори. Вестибюлі нічних клубів можна обробити темними і яскравими кольорами, в залежності від їх загальної тематики. У будь-якому випадку використовувані кольори повинні гармоніювати один з одним і не впливати позитивно на психоемоційний стан людини.

Також при проектуванні закладу з галерейним простором, були враховані такі нормативні документи: ДБН А.2.2-23:2009, ДБН А.2.2-25:2009, ДБН А.2.2-3-2004, ДБН А.3.1-5- 2009, ДБН В.1.2-14-2008, ДБН А.2.1-1-2014, ДБН А.2.2-3-2014, ДБН Б.2.2-12:2018, ДБН Б.2.2-5:2011, ДБН Б.1.1-7:2016

Висновки до 1-го розділу

На основі узагальнення наукових досліджень та літературних джерел характеристика інтер'єру закладу з виставковим приміщенням, композиція його внутрішнього середовища вважається обов'язковою частиною створення авторизованого архітектурного проекту, а естетична організація певним чином впливає на комфорт перебування гостей. Актуальність теоретичних проблем і необхідність виконання окремих завдань, до яких застосовувалися конкретні завдання.

Аналіз досвіду практики оформлення інтер'єрів вітчизняних та зарубіжних галерейних закладів свідчить про необхідність використання незвичайного обладнання, фактур та меблів для створення комфортних та атмосферних інтер'єрів, які приваблюють гостей в інших подібних закладах.

РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ І ПРИЙОМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕР’ЄРУ

2.1 Вихідні дані

За основу проекту було обрано бізнес-центр Western Tower. Технічні особливості центру зазначені у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Технічні характеристики павільйону

Площа всього павільйону	257 м^2
Площа виставкової зали та бару	184 м^2
Площа тераси	250 м^2
Висота стелі	3,5 – 4 м
Кількість колон у павільйоні	6
Сітка колон	9 х 6м
Товщина колон	80 х 80 см

Павільйон також містить 2 санвузли та ряд закритих приміщень, а саме: кімната персоналу площею 14 м^2, кухня площею 24 м^2, складове приміщення площею 9 м^2.

2.2 Концепція інтер’єру

Планувальна структура галерейного простору може утворюватися, слідуючи двом принципам. Перший принцип заснований на чіткому розподілі всіх приміщень як однорідних, виборі функціональних груп, виділення ядра композиції та елементів функціональних зв'язків.

Другий принцип відповідає вимогам сучасної архітектури, заснований на універсальності і різноманітності використання внутрішніх приміщень способом утворення єдиного гнучкого внутрішнього простору простим способом планування. У цьому випадку функціональна група формується на основі розпланування внутрішнього простору за допомогою спеціальних

конструкцій і, залежно від змін функціонально-технічного процесу, можна легко змінити інтер'єр кожного разу відповідно до потрібної концепції.

Перший принцип найбільш ефективний для вимог до функціональної ізоляції процесів та їх визначеності, а другий — використовується в домінуванні вимог різноманітності функціональних процесів, невизначеності їх форм і меж, а також за їхньою динамікою.

Концепція дизайну інтер’єру виставкового простору базується на принципі візуального поділу на статичні та трансформовані приміщення, який виражається у формі самого приміщення і використовується як центр композиції домінуючого елемента. Таким чином, криволінійні форми вказують на статику елементів, а прямокутні — на трансформовані.

Композиційні прийоми поширені в житлових і громадських будівлях. Це нейтральний інгредієнт; композиція з вибраних центральних ядер; поліцентрична композиція. Вибір того чи іншого композиційного прийому залежить не тільки від естетичних факторів, а й від характеру інтер’єру, наявності функціональних зон. При застосуванні цих композиційних прийомів дуже важливими є співвідношення висот окремих елементів, введення горизонтальних і вертикальних площин. Важлива роль у внутрішній організації належить горизонтальному поділу. У порівнянні з вертикальними перегородками вони більш мобільні, оскільки меблі в житлових і громадських інтер'єрах створює чітко помітну систему горизонтальних площин.

Набуття змісту виставки тісно пов'язане з формою її подання, просторовою організацією та стимулюванням активності зорового сприйняття. У вирішенні цієї проблеми для музею чи виставки є принципові відмінності. Мета музейної експозиції – наочно показати сутнісний зміст і значення «твого» об’єкта в найближчому розвитку, в існуванні його різноманітності. Експонати музею представляють тематичні колекції для тривалої експозиції. Виставка передбачає багаторазове відвідування, поступове вивчення та засвоєння змісту збірників. Звичайне рідкісне населення і просторове зонування сприяє концентрації огляду, додаючи ваги

кожному експонату. З іншого боку, виставки мають обмежений час. Їхня мета – ознайомлення із сучасним рівнем та станом однієї із суспільних сфер діяльності – науки, техніки, мистецтва, суспільного життя, економіки тощо.

Композиційним центром даного інтер’єру є постаменти, оздоблені штучним колоссям. Обидві зони об'єднані декоративною скляною підлогою. Вона ніби вказує маршрут руху для відвідувачів закладу, йде прямо та симетрично поєднує дві сторони виставкової частини залу. Барна стійка має підсвітку та візуальний ефект левітації за рахунок вбудованого профілю, чим привертає увагу відвідувача.

Вирізи незвичайних форм у стіні для розташування напоїв підсилюють концепцію інтер’єру, мають вигляд глиняної техніки валькування, яка набула популярності при оздобленні українських хатинок. Таке застосування матеріалів підкреслює концепцію закладу, адже головними експонатами є роботи українських митців сьогодення.

Ідея інтер'єру полягає у відтворенні України в сучасному дизайні. Сама тема наближає до використання глиняних, дерев'яних матеріалів. Стіни та підлога мають бути вигідним тлом для виставкових експонатів, а отже їх оформлення повинно бути мінімалістичним. Рішенням для даного інтер’єру було використання природніх матеріалів без пігменту та зайвих кольорів. Головними експонатами є роботи українських митців сьогодення. Інтер’єр доповнено яскравими акцентами у вигляді м’яких меблів, арт-об’єктів тощо.

Наливне підлогове покриття темно-коричневого кольору імітує відтінок землі, вдало поєднується з іншими матеріалами інтер'єру. Матеріал наливної підлоги досить практичний і довговічний, а темно-коричневий колір вдалий не тільки своєю практичністю, але і нейтральністю відтінку. Частина підлоги виконана з системи металевого каркасу та покриття з армованого скла, на металевій пластині тонким розсипаний чорнозем. Така конструкція зменшує навантаження (схема 1)

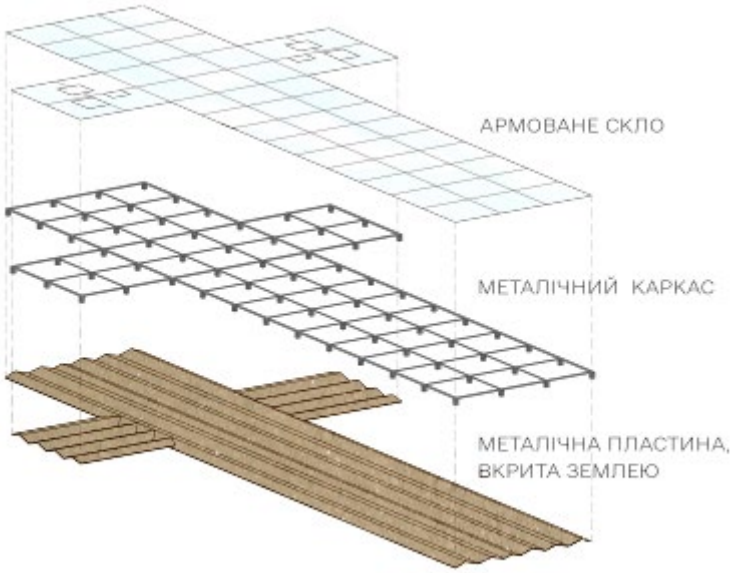


Схема 1. План каркасу підлог

Такий прийом повторюється в обладнані стін зони відпочинку (рис.2.1) щоб підкреслити авторські роботи відомої української художниці Оксани Мась.



Рис 2.1 Зона відпочинку

В цьому випадку фігурує плитка ручної роботи Сергія Махна, українського дизайнера, що відомий своїми виробами з кераміки (рис. 2.2) Такий візерунок обраний не випадково, маючи форму колоску, плитка підсилює ідею інтер’єру.



Рис 2.2 Wheat

Стеля приміщення має видимі вентиляційні комунікації. Висота стелі дорівнює 4м, це дозволяє зашити комунікацію дерев'яними панелями, що мозаїчно розташовані на стелі під різними кутами. Між решітками встановлені світильники для рівномірного освітлення приміщення, щоб покращити відвідувачам орієнтацію у просторі.

Окрім звичайних світильників, в інтер’єрі також фігурують підвісні лампи, що акцентують увагу на певних зонах приміщення: світильники Сергія Махна над барною зоною, солом’яний світильник над групою виставочних стендів, що тематично підходять до концепції закладу (рис. 2.3)



Рис 2.3 Перспектива на барну зону

Кольорове рішення полягає у використанні трьох основних кольорів: темно-коричневого, теракотового та солом’яного.

Одним з головних акцентів приміщення є виставкові стенди, що являють собою металеву геометричну конструкцію, оздоблену декоративним колоссям з металу. Під певним кутом зору стенди формують вигляд хатинки, що як найкраще посилюють ідею рідного дому та комфорту (рис.2.4)



Рис 2.4 Ракурс на виставкові стенди

Металевий каркас має механізовані кріплення, що дозволяють регулювати розмір формату для різних картин (схема 2).

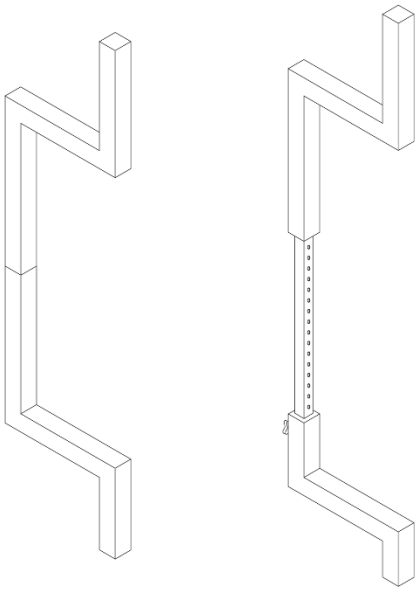


Схема 2. Схема регулювання каркасу стенду

2.3 Функціонально-технологічне і об’ємно-просторове рішення інтер’єру приміщення

Модель виставкового павільйону повинна бути побудована на одному з наступних перших етапів проектування. Завдання такої моделі – показати взаємозв’язок основних функціональних блоків будівлі. Виставкові центри можуть включати такі категорії приміщень і послуг: прийом і вестибюль, культурно-відпочинковий, інформаційний, побутовий, громадський, торговельний, комерційний, адміністративно-експлуатаційний, сервісний

Різноманітні види виставкових приміщень: окремі зони (природні куточки) дитячий садок, тематична будка, фойє, виставка творчих робіт), місце проведення (кімнати трудової та бойової слави, історія підприємства), музеї та виставкові зали, музей-меморіал, природний заповідник. визначальні фактори технічних умов такі — забезпечити комфорт перегляду виставки та зручність пересування відвідувачів. Залежно від форми експозиції виставка може бути двовимірною, тривимірною та панорамною.

Глядач сприймає форму приміщення та його огорожу як самостійне ціле і яким чином фон фрагмент за фрагментом; у поєднанні з експонатом. Отже, формування приміщень і виставкових залів має широкий асортимент. Про те, що свідчать досвід практики, що свідчить про різноманітність контурів планів і кубатура, площа залу та значення висоти. Технологічно висота приміщення співвідноситься з розмірами виставки. За умов сприйняття для дрібних експонатів — промислових виробів, декоративно-прикладного мистецтва та графіки - достатньо 4,5 м, для важких машин і приладів, "картин", скульптур, театральних декорацій - 6,0 м. [18] Будь-яке збільшення висоти, не підкріплене композицією, може відволікати аудиторію і запускати пристрій з різних «огорож», щоб відповідати масштабу і спокійне сприйняття.

Використовуючи приклад Avangarden Gallery & Wine Bar у даному проекті просторове рішення було розроблене та встановлене з використанням як мистецтва, так і освітлення для взаємодії аудиторії з творами. Увійшовши у

простір, глядач спостерігає єдиний простір, що поєднує в собі декілька зон. На фоні нейтрального обладнання зали в очі попадають виставкові експонати, картини митців у цікавій кольоровій гамі. Зональне освітлення дозволяє керувати увагою глядача, зацікавлювати.

Перша зона, — відпочинку та прийому їжі, — розташована біля входу у приміщення. Вона не перешкоджає переміщенню відвідувача, адже прямий умовний коридор залишається відкритим. Меблі, що знаходяться в даній зоні, розташовані таким чином, щоб не перекривати великі панорамні вікна уздовж всієї стіни. Таким чином, простір виглядає ще більш відкритим та вільним.

Зліва від входу знаходиться зона бару, що підкреслена цікавим ефектом знаходження «у повітрі», а LED-підсвітка прикрашає цю композицію. Таке розміщення дозволяє глядачу обрати необхідні йому напої за його бажанням та пересуватися по всій експозиційній залі. Барна зона розташована близько до входу на кухню, де знаходиться основне приладдя для готування закусок, складове приміщення.

Виставкова зона розташована ближче до входу на терасу. Це зроблено для того, щоб приманювати око глядача через панорамні вікна ззовні. Вікна дозволяють проникати більшій кількості природнього світла на композицію з картин та виставкових об’єктів удень. У вечірню добу вмикається штучне світло зі спеціальною підсвіткою стендів. У центрі зали знаходиться вхід до складського приміщення з необхідними речами для експозицій.

У ДБН В.2.2-16:2019 "Культурно-видовищні та дозвіллєві заклади" [19] зазначені необхідні допоміжні приміщення виставкової зали. Також підраховано к-сть місткості відвідувачів у виставковому залі за площею та рівнем комфорту.

Зона тераси оснащена великою кількістю рослин, створюючи власну композицію затишку та дотику до природи. В теплий сезон дозволяється розміщувати експонати на терасі, щоб збільшити площу для виставки. Так як приміщення знаходиться на четвертому поверсі будівлі, вид з тераси ще більше посилює емоції від відвідування заходу.

Пересування гостей за таким об’ємно-просторовими та функціонально-технічними рішеннями вільне, залишає приємний досвід та керує увагою глядача у вірних напрямках, відповідно до композиційного рішення стендів та освітлення. Маршрут побудований за принципом: виставкова галерея розміщена навколо композиційного центру, а саме — скляних постаментів зі скульптурами. Графік руху виставки - мережевий. Організація виставкового простору розроблена з урахуванням зручного переміщення між стендами та постаментами (рис.2.5)

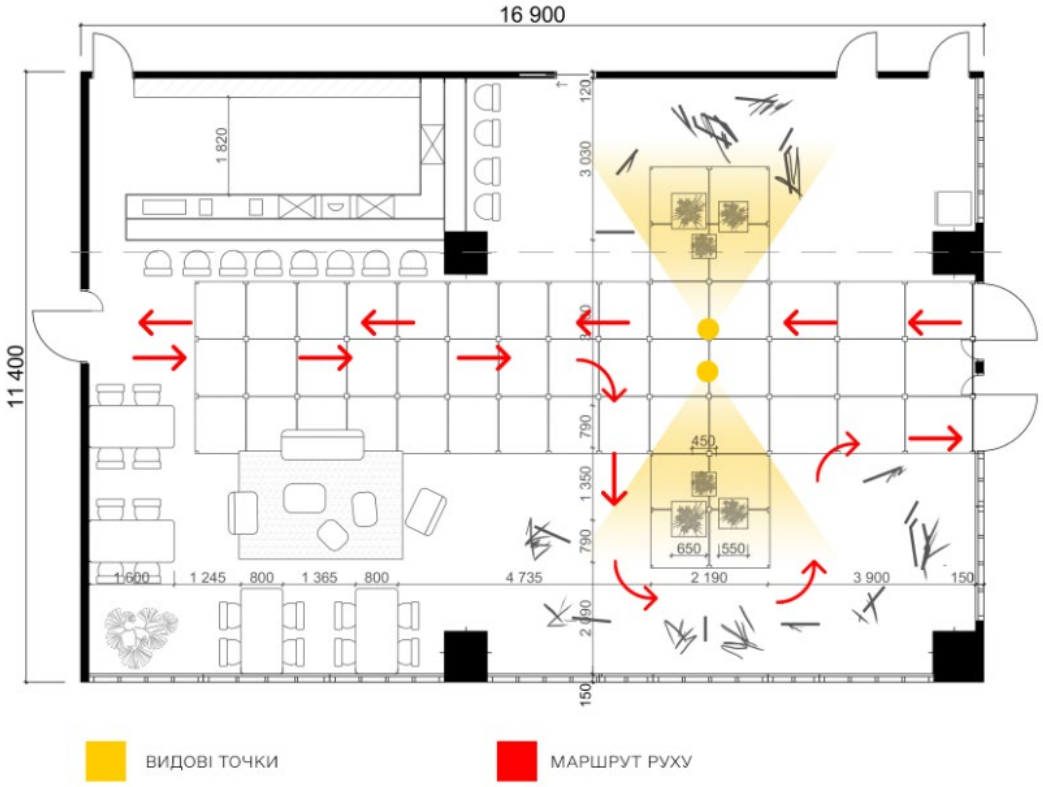


Рис 2.5 Маршрут руху відвідувачів

Саме функціональна організація простору утворює єдине ціле архітектурний образ за формою і змістом. Одна зі складових такого раціонального організація виставкового середовища – графік. Графік руху відвідувачів вистав виконує не тільки функціональну роль, а й впливає на загальне композиційне рішення виставковий простір. Йому має бути підпорядкована загальна ідея композиції. Важливо об’єднати потік людей, щоб їм було легко пересуватися по виставковому простору, не відчуваючи нудьги та втоми допомагає «прочитати» виставку в певному порядку. Так

можна виділити два основних типи розкладів руху - деревний і мережевий розв’язати композиційний прийом розстановки предметів – симетричний або асиметричний.

У свою чергу, з точки зору ергономічних вимог до художніх салонів це має гармоніювати з навколишнім середовищем, має бути ергономічним, комфортним для відвідувачів, враховувати їх душевний настрій, враховувати як природний, так і штучне освітлення, наявність шуму та ін.

Об'ємно-просторова структура залежить від розташування функціональних груп приміщень. Внутрішній простір складається з системи просторів, що перетікають з просторими переходами одного функціонального простору в інший, з різними рівнями, що створює більш динамічний інтер’єр. При цьому його елементи образно і композиційно продумані.

2.4. Меблі та обладнання

Меблі для художнього простору розроблені з урахуванням розмірів сидячої людини у розслабленому положенні, однак, необхідно враховувати ступінь нахилу сидіння та спинки, щоб не ускладнюють підняття. Куточки слід встановити таким чином, щоб дати вам можливість сісти в куток і поставити ноги, незалежно від кого сів поруч.

Виставкове обладнання – це збірні конструкції, які можна збирати виставковий стенд. Як правило, на виставках використовується виставкове обладнання кількох осіб всесвітньо відомих виробників. Набір виставкового обладнання є фактично конструктор, що включає ряд стандартних елементів: металеві підставки і ригелі, пластикові панелі, а також додаткові елементи, такі як полки, двері, світильники освітлення, розетки і т. д. З цього обладнання можна зібрати багато різних більш-менш стандартних стендів. Крім того, розробники мають певну кількість незвичайне обладнання від того ж виробника, яке використовується для створення унікальний дизайн. [20]

До основних елементів виставкового обладнання даного проекту входять:

- Стенд вертикальний. Висота такого стенду може досягати 1м у висоту, що дозволяє помістити полотна великого розміру. Стенд складається з металевого каркасу, що досягає стелі та має геометричну форму. Також він оснащений декоративними елементами - колосками.
- Стійка, вертикальний металевий елемент. Висотою зазвичай повторює розмір стіни, на якій розташований. В даному проекті використана стійка досягає 2,1 м.
- Постамент. Виготовлений з армованого скла, має декілька розмірів, висотою досягає 90-110 см.
- Освітлювальні лампи - або люмінесцентні лампи, що забезпечують загальне освітлення підставки, тобто. точкові світильники - лампочки в абажурі які його використовують для освітлення експонатів, написів тощо.

Крім конструкцій, до складу виставкового обладнання входять меблі (столи, стільці) та інші необхідні елементи. Концепція інтер'єру у даному проекті передбачає використання меблів українських дизайнерів. До цього проекту увійшли такі українські дизайнери: Sokolova, Makhno design, FAINA.

До основних меблів виставкового простору та зони відпочинку входять: м'які пуфи, диванчики, стільці (рис. 2.6 та 2.7) М'якість додає затишку та комфорту, що передбачає довготривале сидіння та відпочинок, створюючи особливу атмосферу.



Рис. 2.6 Tottori крісло та диван



Рис. 2.7 GROPIUS стільці

Столики та інші поверхні переважно виконані з глини та кераміки в схожій стилістиці.

Важливим аспектом дизайну є освітлення стенду. Це слід мати на увазі, щоб рівень освітлення у виставковій залі не був занадто високим, щоб учасники могли користуватися освітленням. Освітлення має бути зосереджено на назві або слогані компанії та основних експонатах. Освітлення може виділити зону стенду, певні аспекти позиціонування експонента тощо.

Більшість відвідувачів проходять три етапи виставки підхід до стенду та його огляд:

— на відстані, тому потрібні візуальні орієнтири, які привертають увагу особливо в просторі над стендом (підвісні або підвісні елементи);

— із середньої відстані, поступово наближаючись – тому потрібний правильний оформлення верхньої частини стенду та його фасаду (якщо стенд закритий, тобто не містить відвідувачів на його території) або задньої стінки (якщо стенд відкритий і відвідувачі заходять до нього);

— зблизька – тож тут потрібні елементи дизайну, які привертають увагу глядача, що проходить повз них.

Висновки до другого розділу

Сьогодні статична і традиційна виставка, культура і розваги, дозвілля будівлі втратили суспільний інтерес і не відповідають сучасним вимогам відвідувачів. На зміну їм приходять арт-центри, які швидко реагують на потреби часу. Розробка нових типів будівель базується на вивченні суспільних потреб і розвідці форми та способи організації середовища, що задовольняє ці потреби для всіх етап розвитку суспільства. І вони запускають нові соціальні програми та технологічні рішення до появи нових типів громадських будівель, зокрема мистецьких центрів.

Основні фактори, що впливають на створення художніх інтер'єрів — визначення конструктивних особливостей їх універсальності, концептуальності, динамічності. Їх формування відбувається все більш прогресивно за допомогою прийомів і тенденцій. Сучасні виставкові заклади – багатофункціональні приміщення, основною функцією яких є розвиток культурно-освітнього рівня громадян різної вікової категорії, особливо молоді. Розвиток арт-закладів на основі вбудованої аудиторії приміщення найбільш вигідні, оскільки їх розташування зручне, транспортна доступність і будинок, де знаходяться дані об'єкта, розроблені по всім необхідним засоби інженерно-технічного зв'язку.

У виставкових залах дозволяється використання природнього, змішаного або штучне освітлення, з основним штучним освітленням, периметральним та софітним. В проектуванні подібних закладів слід враховувати вільне пересування відвідувачів, адже це напряму впливає на сприйняття виставки в цілому.

РОЗДІЛ 3. ДИЗАЙН-РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ЗАКЛАДУ

3.1 Аналоги

Вам не потрібно мати велику частку ринку та величезну клієнтську базу, як інші відомі бренди. Однак наявність сильного бренду має вирішальне значення, якщо ви хочете отримати такі переваги, як лояльність клієнтів, пізнавальність бренду, довіра клієнтів і постійне зростання. Це допомагає представляти цінності та особистість вашого бренду та передавати послідовні повідомлення в усіх маркетингових каналах.

Все більш конкурентний ринок змушує бренди придумувати щось нове, щоб виділитися. Створивши потужний стиль для своєї компанії, можна знайти відповідну позицію для свого бренду та створити унікальний дизайн, який люди впізнають серед інших. В результаті підвищується пізнавальність бренду.

Айдентика (фірмовий стиль) — це візуальна частина бренду, головне завдання якої — підвищити впізнаваність та створити унікальний цілісний образ, який виділить організацію серед конкурентів. [21]

Айдентика бренду – це не просто логотип, він включає в себе більше компонентів, які потрібно враховувати.

Логотип. Логотипи можуть бути представлені у вигляді зображень, текстів і форм, які відображають назву та призначення бренду. Звичайно, логотип є ключовим елементом ідентичності компанії, оскільки клієнти зазвичай звертають на нього увагу. Також можна використовувати текстовий логотип (окреме текстове типографічне оформлення назви бренду). Зараз все більше компаній вибирають лише текстові логотипи, оскільки їх легше запам’ятати.

Шрифт. Коли робота над логотипом буде закінчена, слід подумати про корпоративний шрифт, який буде використовуватися в різних маркетингових кампаніях.

Стиль бренду. Згадуючи стиль, ми маємо на увазі візуальні елементи бренду. Треба бути послідовними, коли мова йде про зображення та інші візуальні елементи на веб-сайті або в рекламних кампаніях.

Лінія та форма. Ще одним важливим компонентом є лінія або форма, яка представляє вашу компанію і змушує людей впізнати ваш продукт. Необхідно переконатися, що у готового стилю бренду пам’ятна упаковка та цікава форма. Наприклад, McDonald’s ефективно використав унікальний елемент для просування. Тепер культова форма «М» відома у всьому світі.

Museu de Arte Moderna Brasileira [22]

Проект Museu de Arte Moderna Brasileira є даниною руху, який відкрив бразильське мистецтво світові: Тижню сучасного мистецтва в 1922 році. У наступні роки, аж до 1930-х років, культура пау-бразильської культури поглинула впливи футуризму, дадаїзму, сюрреалізму та експресіонізму. «Антропофагічний маніфест» був сміливим проектом реконструкції національної ідентичності, задуманим письменником Освальдом де Андраде і увічненим у творі «Абапору» Тарсіла до Амарала. Символ, побудований одним мазком, є мазком цього антропофага. вплив на бразильське модерністське мистецтво, вираження автентичності та пошуку свободи в цьому контексті. Бренд, який поєднує історичну спадщину та культурну спадщину, щоб створити зв'язок між мистецтвом і дизайном. Айдентика прагнула підкреслити багатство бразильського візуального мистецтва, розрив традиційної естетики, яка окреслила модерністський менталітет, визнаний у роботах таких великих художників, як Аніта Мальфатті, Еміліо Ді Кавальканті, Ісмаель Нері, а пізніше Тарсіла ду Амарал і Кандідо Портінарі.

У айдентиці активно фігурує прийом з формою, в якій проглядаються роботи видатних митців Бразилії (рис.3.1 та 3.2)



Рис. 3.1 Вивіска закладу



Рис. 3.2 Зображення у фірмовій формі

Основними кольорами айдентики є чорний, помаранчевий, червоний, бежевий та жовтий. За рахунок контрасту вони підкреслюють картини митців та чудово їх доповнюють, створюючи гармонійну палітру.

Для даного проекту подібний прийом з формою є доречним, адже в інтер'єрі використовуються стенди для картин з унікальними геометричними формами.

Espaço Força e Luz [23]

Проект ребрендингу старого «Centro Cultural CEEE Erico Verissimo», концепція якого була заснована на самій будівлі Força e Luz, з якої виникло все натхнення для роботи, знайдене в його історичному багажі та його архітектурі. Результат забезпечує місце з автентичним і міцним позиціонуванням паралельно з новою ідентичністю, що створює однорідність серед установ, присутніх у будівлі (Музей електрики та Меморіал Еріко Веріссімо) і дозволяє легко ідентифікувати громадськість. У культурний контекст проекту можна ввести фразу Еріко Веріссімо: «Нам потрібно надати людський зміст нашим конструкціям». І саме по цій лінії розгортався проект, вносячи сенс у кожне прийняте рішення, від побудови позиціонування до кожного елемента, присутній у візуальній ідентичності. Проект зводиться до переосмислення класики – він привносить сучасне, але по суті несе історичний та культурний багаж простору.

Логотип шрифтовий, має декілька варіантів (рис. 3.3 та 3.4)



Рис. 3.3 Варіанти логотипу



Рис. 3.4 Варіанти логотипу

У айдентиці фігурує три основних кольори: жовтий, червоний та чорний. Сама ідея використання даних кольорів напряму зв’язана із закладом та його тематикою (рис. 3.5) Ця ідея чудово об’єднує заклад з його фірмовим стилем.



Рис. 3.5 Кольори бренду

Для оформлення рекламних матеріалів в айдентиці використовується прийом з формою (рис. 3.6)



Рис. 3.6 Постери

Shapest | Interior studio [24]

Для створення логотипу аналогом послужив проект айдентики для студії дизайну інтер'єрів. Shapest — це сучасна студія інтер'єру, де можна придбати або виготовити меблі та декоративні елементи нестандартних форм на замовлення. Засновник студії хотів створити місце, де люди зможуть купити щось справді унікальне для дому. Тож у студії кожен предмет унікальний, оскільки створений вручну або привезений з різних куточків світу. Назва говорить сама за себе, форма - головна особливість. Ця студія для сміливих і рішучих людей, які шукають у всьому щось оригінальне та цікаве. Аудиторія – заможні люди від 25 до 45. Їх приваблюють подорожі та щось незвичайне: від одягу до елементів декору. Їм набридло жити за стандартом, вони сміливі і рішучі, люблять виділятися з натовпу, тому хочуть ввести різноманітність і родзинку в інтер’єр.

Логотип виконаний у шрифтовому написі з незвичайною формою (рис. 3.7) Такий варіант має унікальність, ідею відносно самого об'єкту розробки та легкий у використанні. Тож для проекту айдентики «KOLOS» такий вид логотипу підійшов більше всього.

SHAPEST

Рис. 3.7 Логотип Sharpest

Форма логотипу частково присутня у всій айдентиці, що й створює загальну концепцію. Наприклад, в оформленні візитівок було застосовано форму, схожу на форму з самого логотипу (рис. 3.8)

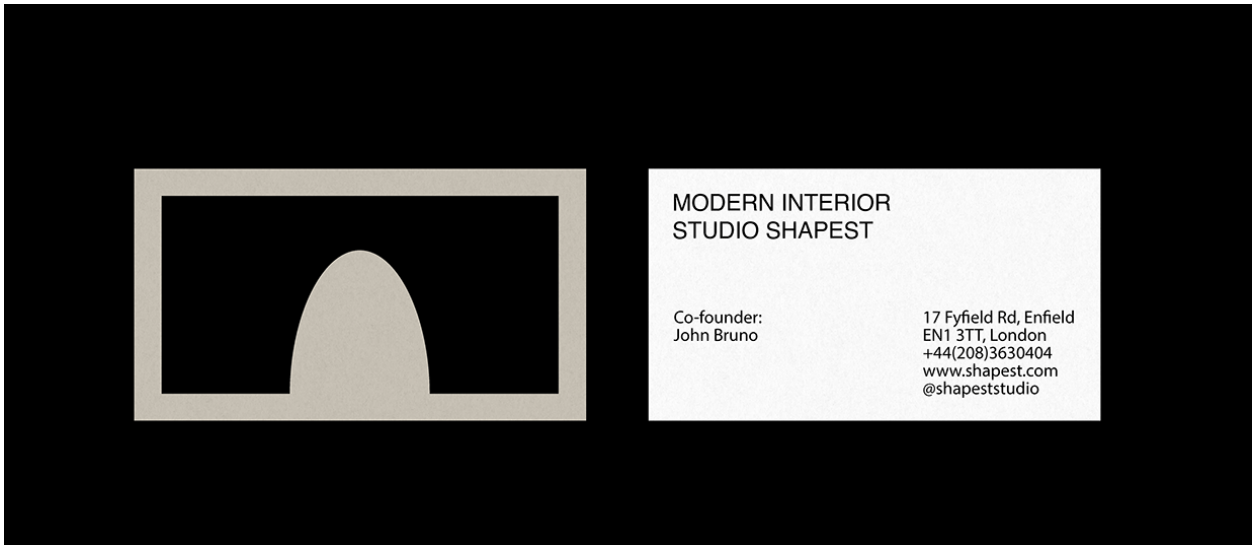


Рис. 3.8 Візитівки

3.2 Функціонально-технічні особливості

Галерея «KOLOS» — сучасний простір, інтер'єр якого побудовано навколо української тематики. Інтер'єр наповнений глиняними виробами різних форм, колосся ніби «проростає» зі справжнього чорнозему. Особливу увагу на себе приділяють стенди, які мають геометричну форму (рис. 3.9), подібну до вигляду домівки, що теж є складовою ідеї інтер'єру. Саме навколо цих основних елементів і створена дана айдентика.



Рис. 3.9 Геометричні стенди

Логотип закладу є шрифтовим та має особливу, притаманну тематиці, форму. Кожна літера ніби сплетена з колосся, при цьому форма виглядає зрозумілою (рис. 3.10)

KOLOS
GALLERY & BAR

Рис. 3.10 Логотип «KOLOS»

Логотип має більш стислу форму, для зручного використання (рис. 3.11)

KOL
OS GALLERY
& BAR

Рис. 3.11 Стислий логотип «KOLOS»

Кольори для даного проекту обрані за основними об’єктами, що використовуються в проекті та мають ідейну цінність. Нижче представлені фірмові кольори даного закладу (рис. 3.12): золотистий (колір жнива), світло-коричневий (земля) та теракотовий (колір обпаленої глини). Такі відтінки чудово поєднуються між собою, створюють необхідний настрій проекту та викликають теплі емоції.

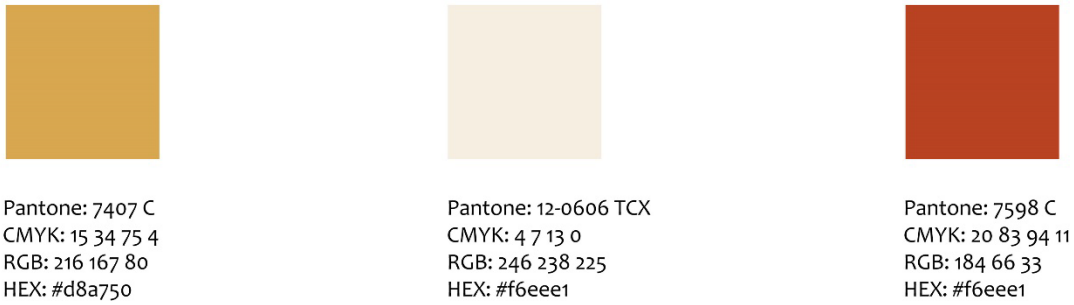


Рис. 3.12 Фірмові кольори закладу «KOLOS»

Для айдентики було обрано декілька прийомів: прийом з формою та використання елементу логотипу в оформленні носіїв. За рахунок співпадіння форм колосся на плитці в інтер’єрі з формою колоса в графіці, а також використання геометричних форм стендів вдалось поєднати айдентику з інтер’єром та створити єдину концепцію.

До носіїв, які були оформлені для даного проекту, відносяться: вивіска, квитки на виставки, візитівки, пакети Take away, меню, винна карта.

Так як галерейний заклад розміщений у торговому центрі, вивіска має вигляд об’ємних літер з підсвіткою (рис. 3.13) Такий вигляд вивіски привертає увагу за рахунок підсвічення та доречно виглядає поряд з іншими закладами на поверсі.

У розробці квитків та візитівок використовувався прийом з формою стендів, що розміщені у виставковій зоні приміщення. Така тематична геометрія чудово вписалась в проект. Фрагменти картин українських сучасних митців, які в перспективі можуть являтись частиною виставки, доповнюють, ускладнюють айдентику та насичують її кольором.



Рис. 3.13 Вивіска закладу «KOLOS»

На квитках застосовується переважно світлий фон та темний текст на ньому. Теракотового кольору текст перекликається зі схожими відтінками у картинах, несе основну інформацію про захід: назву виставки, ім'я митця, дату та час. Також золотистим кольором нанесено логотип, він не так активно привертає увагу, проте помітний на фоні. Дрібний принт плетеного колоску служить місцем індивідуального надриву на квитку (рис.3.14)



Рис. 3.14 Квитки на виставку

Візитівки мають більш контрастний вигляд, адже на них вже не використовуються фрагменти з картинами. Натомість, присутні вирізи з одного боку у вигляді геометричної домівки. Це робить візитівку запам’ятовувальною та більш цікавою. Також логотип нанесений за допомогою тиснення. Це нагадує об’ємні візерунки, які роблять на глиняних виробах. Текст має інформацію стосовно веб. сайтів закладу, номеру телефона, місця розташування (рис. 3.15)



Рис. 3.15 Візитівки закладу «KOLOS»

Меню та винна карта мають оформлення з візерунком колоса на фоні. Це робить фон на вигляд складніше та об’єднує всі носії в один стиль. Також на лицьовій стороні застосований уже відомий прийом з геометричною лінією у формі домівки, яка дає змогу частково застосувати принт на обкладинці (рис. 3.16)

Шрифт «Candara» використовується на всіх носіях, де присутні великі обсяги тексту. Переважно це візитівки, меню, квитки. Він зручний у читанні, проте виглядає цікавіше, ніж звичайний шрифт без засічок, за рахунок трохи прогнутих ліній форми (рис. 3.17)

Candara
Regular
ДЛЯ ВЕЛИКИХ ОБ'ЄМІВ ТЕКСТУ

Candara
Bold
ДЛЯ ЗАГОЛОВКІВ

Рис. 3.16 Шрифт Candara



Рис. 3.17 Винна карта та меню

Пакети Take away виготовлені з міцного картону, адже це зручно у використанні та екологічно для навколишнього світу. Оформлення містить в собі принт з колосків, який вже використовувався на інших носіях, проте виглядає більш контрастніше (рис. 3.18)



Рис. 3.18 Пакети Take Away

Розміри всіх фірмових носіїв даного закладу зазначені в таблиці 3.

Таблиця 3

Назва	**Розмір**
Візитівка	90x50 мм
Квиток	200x80 мм
Меню головне	270x210 мм
Винна карта	270x120 мм
Пакет Take Away	350x250x140 мм

Висновки

Візуальна айдентика бренду є важливою частиною бренду. Айдентика – це «одяг бренду», його неповторний стиль, імідж. Це дозволяє споживачам швидко ідентифікувати бренд на будь-якій взаємодії. Він об’єднує людей, які створюють бренд, і формує підприємницький дух і команду.

Логотип - найважливіший і перший елемент, на якому і тримається вся айдентика бренду. Він повинен бути зрозумілим, таким, що запам'ятовується,

мати просту композицію. Не варто використовувати занадто велику кількість кольорів та шрифтів.

Айдентика компанії також неможлива без атрибутики. Сюди належать візитки, конверти, бланки, упаковка. Щодо візиток, вони, як і логотип, мають бути лаконічними, сучасними. Упаковка, конверти мають відповідати фірмовим кольорам, шрифтам бренду, звісно ж має бути присутній логотип компанії.

Єдиний фірмовий стиль, брендинг, корпоративні елементи - все це викликає довіру у споживача, така компанія в його очах стає серйозною та сильною. Тому айдентика не дарма заслуговує на звання важливого інструменту в конкурентній боротьбі за місце під сонцем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. The Village: сайт. URL: https://www.the-village.com.ua/village/food/new-place/317669-kyiv-avangarden-gallery-wine-bar
2. The Village: сайт. URL: https://www.the-village.com.ua/village/city/newplacegorod/279781-the-naked-room-kyiv-gallery
3. Archello: стаття. URL: https://archello.com/project/fattoush-bar-gallery
4. Traveler: стаття. URL: https://www.cntraveler.com/bars/sacripante-gallery
5. Dezeen: стаття. URL: https://www.dezeen.com/2021/05/10/yakusha-design-istetyka-kyiv-restaurant-interior/
6. ArchiDaily: сайт. URL: https://www.archdaily.com/954823/terra-cafe-bone-studio
7. ArchiDaily: сайт. URL: https://www.archdaily.com/944474/veneno-restaurant-pragma-estudio-plus-monteon-arquitectos-asociados
8. ДБН В.2.2-25:2009 – Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства) — 16-17
9. ДБН В.2.2-9 – Громадські будинки та споруди. Основні положення — 68 с.
10. ДБН В.2.2-25:2009 – Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства) — С. 4
11. ДБН Б.2.2-12:2019 Планування і забудова територій — 174 с
12. Барна справа. Навчальний посібник. В.С. Ростовський, С.М. Шамян — С.10
13. Строительное проектирование 42-е полное издание. Нойферт Эрнст — — С.175
14. ДБН В.5-28:2018 Природнє і штучне освітлення — С. 17
15. ДБН В.2.5-64-2012 Внутрішній водопровід та каналізація — С. 71
16. Основи дизайну інтер’єру. Посібник - 2011 р — с. 41
17. ДСН 3.3.6.037 Санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку — 34 с.
18. Харитонова А.А. Архітектурно-планувальне формування центрів образотворчого мистецтва : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. арх. наук : спец. 18.00.02 “Архітектура будівель і споруд” / Харитонова Аліна Анатоліївна; Київ. нац. ун-т. буд. і арх. – Київ, 2005. — 20 с.
19. ДБН В.2.2-16:2019 Культурно-видовищні та дозвіллєві заклади — С.24
20. Смирний Д.В. Дизайн музейної експозиції: композиційний та ергономічний аспекти [Автореферат] : автореф. дис. канд. техн. наук : 05.01.03 / Смирний Дмитро Вагіфович // М-во освіти і науки України. — Київ. нац. ун-т будівництва і архітектури. – Київ, 2018 — С. 186-193
21. 99Designs: стаття. URL: https://99designs.com/blog/tips/brand-identity/

22. Behance: сайт. URL: https://www.behance.net/gallery/137414357/Museu-de-Arte-Moderna-Brasileira
23. Behance: сайт. URL: https://www.behance.net/gallery/139218659/Espaco-Forca-e-Luz?tracking_source=search_projects%7CEspa%C3%A7o%20For%C3%A7a%20e%20Luz%20
24. Behance: сайт. URL: https://www.behance.net/gallery/140364839/shapest-interior-studio
25. Трегубов. К.Ю. Типологічні особливості музеїв та поліфункціональних музейних комплексів / К.Ю. Трегубов. – Сучасні проблеми архітектури та містобудування, Випуск 32, К.: 2013. – С. 485-491