

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до проведення практичних занять та організації самостійної роботи
з навчальної дисципліни

«ЕКСПОЗИЦІЙНО-ВИСТАВКОВИЙ ДИЗАЙН»

*(для здобувачів першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти денної форми навчання
зі спеціальності 022 – Дизайн)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2021

Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Експозиційно-виставковий дизайн» (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання зі спеціальності 022 – Дизайн) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад. : С. В. Вергунов, В. А. Голіус, К. С. Шевченко. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 23 с.

Укладачі : канд. мист., проф. С. В. Вергунов,
асист. В. А. Голіус,
асист. К. С. Шевченко

Рецензент

Н. С. Вергунова, кандидат мистецтвознавства, доцент Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова.

Рекомендовано кафедрою дизайну та інтер'єру, протокол № 1 від 31.08.2021.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Функції та призначення експозиційно-виставкового дизайну.....	5
1.1 Типологія просторів в експозиції.....	8
1.2 Просторове членування експозиції.....	10
1.2 Колір та світло в експозиції.....	14
2 Завдання з дисципліни.....	19
Список рекомендованих джерел.....	22

ВСТУП

Мета навчальної дисципліни «Експозиційно-виставковий дизайн» полягає в ознайомленні студентів з історією та методикою проектування предметів / об'єктів для експозицій та виставок; функціональним призначенням та закономірностями їх формоутворення, залежності від матеріалу виготовлення та технологічністю виробництва, з відповідністю форми та змісту.

Основна спрямованість курсу визначається професійною адаптацією мислення, почуттів, візуальних особливостей сприйняття, одержанням фундаментальних засобів і навичок роботи над формою та простором, оволодінням естетичними аспектами композиційної гармонізації, образної виразності та функціонально-технологічними складовими проєктованих об'єктів.

Завдання дисципліни – дати студентам необхідні знання та навички різноманітних прийомів проектування конкретних об'єктів або комплексів для проведення експозицій та виставок, підготувати їх до вміння формувати концепції експозицій та виставок в цілому, та реальної праці у галузі проектування таких об'єктів зокрема.

По закінченню курсу у студентів повинен сформуватися набір «моделей», спроможних забезпечити аналіз ситуації в його майбутній проєктній діяльності, а отримані в процесі вивчення знання та навички дозволять студентам ефективніше виконувати реальні проєкти.

1 ФУНКЦІЇ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ ЕКСПОЗИЦІЙНО-ВИСТАВКОВОГО ДИЗАЙНУ

Експозиційний дизайн – це синтез функціональних та естетичних характеристик просторово-предметного експозиційного простору. Термін утворений від англійського слова exposition «виставка». Він включає в себе просторово-архітектурну компоновку експозиційних матеріалів, конструктивну побудову і обладнання, колірне і світлове рішення, створення образу та ін.

В цілому експозиційний / виставковий дизайн – це мистецтво показувати (демонструвати) подачу товару / експоната / послуги в органічно адаптованому виставковому просторі відкритого або закритого типу.

Експозиційно-виставковий дизайн включає три основних напрями:

- дизайн музейних експозицій, наприклад, художніх виставок;
- дизайн комерційних і промислових виставок, в тому числі формування торгових точок;
- дизайн локальних презентацій брендової продукції, включаючи оформлення вітрин.

Експозиційно-виставковий дизайн став симбіозом творчості дизайнера, іноді таланту архітектора або художника, персонального чуття досвідченого маркетолога, стратегічного розуміння процесів розвитку керівника компанії, що дозволяє у вигідному світі представити практично будь-який бренд / послугу / подію. Утилітарна спрямованість, а також тісний зв'язок з маркетинговими дослідженнями дозволяє виділити ключові функції виставкового дизайну:

- знайомство з брендом;
- презентація нової продукції бренду;
- пояснення роду діяльності компанії;
- формування позитивного сприйняття бренду (продукції);
- створення позитивного образу бренду і продукції, що зберігається і після закінчення виставки.

Причому, ці ключові функції поширюються на всі експоновані об'єкти, незалежно від їх груп і видів. Створення універсального позитивного вигляду виставкового простору, його компонентів та інших атрибутів виставкових заходів – це складна і трудомістка робота. Перед дизайнером ставиться складне завдання – знайти ідеальні пропорції, форми, колір і прийоми декору, які сподобаються абсолютній більшості відвідувачів виставки.

При проектуванні експозиційно-виставкової діяльності необхідно виходити з того, що експозиція (так само як і виставка) є специфічною формою наукової публікації. Тому експозиція створюється спочатку як науковий проєкт, на основі якого розробляється художнє рішення. Науковий проєкт залежить від профілю музею, його основної проблематики та складу колекцій. Ніякого ідеологічного тиску на характер експозиції не допускається.

Музей – це сховище соціальної пам'яті, а не ідеологічна установа. Ніякий чиновник від культури або будь-якого відомства не має права диктувати характер і зміст експозиції. Однак експозиція не може бути і втіленням суб'єктивної думки або уявлення будь-якої особи, художника або дизайнера, якими б авторитетними вони не були. Експозиція – продукт авторського рішення та авторського втілення. Авторський проєкт групи фахівців, проте, обов'язково проходить наукову експертизу, наукове рецензування і затверджується на науково-методичній раді музею або виставкового простору.

Експозиція – основна форма музейної комунікації, освітні та виховні цілі якої здійснюються шляхом демонстрації музейних експонатів, організованих, пояснених та розміщених відповідно до розробленої музеєм наукової концепції та сучасних принципів архітектурно-художніх рішень. Експозиційний дизайн – це справжній синтез функціональних, а також естетичних характеристик, цілісного просторово-предметного експозиційного середовища. Він може включати в себе як просторово-архітектурне komponування експозиційних матеріалів, так і конструктивну побудову, а також формування образу і світлового рішення. Експозиційний дизайн розглядається як сукупність естетичних і функціональних якостей цілісного предметно-просторового

середовища експозиції музею і включає архітектурно-просторову організацію експозиційних матеріалів, конструктивну побудову і обладнання, колірне і світлове рішення, створення образу на основі художньо-композиційних принципів і прийомів. Виступає як образно-виразна складова експозиції, забезпечує її комунікативність і високий рівень утилітарно-функціональних якостей в плані збереження і презентації експонатів. Сьогодні під музейною експозицією ми розуміємо цілісну предметно-просторову систему, в якій музейні предмети та інші експозиційні матеріали об'єднані концептуальним (науковим і художнім) задумом.

Організацію експозиції можна розділити на три методи:

- колекційний;
- ансамблевий;
- ілюстративно-тематичний.

В даний час в музейній практиці склалося три основних типи музейних виставок:

- тематичні виставки, в основі яких лежить певний сюжет;
- фондіві виставки, які знайомлять відвідувачів з маловідомими і малодоступними колекціями;
- звітні виставки, які створюються за результатами реставраційних робіт, за підсумками комплектування фондів – так звані виставки нових надходжень.

Існують загальні принципи побудови експозиції. До них належать:

- принцип ідейності або принцип відповідності експозиції, визначеної музейними фахівцями – авторами експозиції, ідеї;
- принцип науковості, коли основою створення музейної експозиції є наукова концепція. Вона формулює цілі створення експозиції, наукове значення, інтерес експозиції для відвідувачів, опис експозиції і розмірів необхідних площ, опис музейних предметів з власного зібрання або можливих запозичень з інших музеїв, необхідні витрати, потенційні джерела фінансування і підтримки, приблизні терміни створення експозиції;

– принцип предметності, де музейний предмет (експонат) – це основа унікальності кожної експозиції. Саме від підбору музейних предметів залежить пізнавальна цінність експозиції, а також її емоційна спрямованість. Такий експозиційний показ забезпечує відвідувачам можливість безпосереднього ознайомлення з музейними предметами;

– принципи дохідливості і універсальності, так при побудові експозиції як засобу масової комунікації дотримання цих принципів є обов'язковим. Значну допомогу в цьому надає багатоплановість подачі експозиційних матеріалів. На перший план висувуються провідні експонати, інші як би «приглушаються», відводяться на другий план і навіть в «прихований» план, поміщаються в горизонтальну вітрину, турнікет, альбом, на висувний щит та ін. Можливо також поєднання «полегшених», загальнодоступних залів, розрахованих на «середнього» відвідувача, і особливих залів, в яких створені умови для поглибленої самостійної роботи відвідувачів. Для більшої доступності експозиції розробляється система текстів, фонозаписів, а також наочних науково-допоміжних матеріалів. Велике значення має створення своєрідного естетичного середовища по всій експозиції.

1.1 Типологія просторів в експозиції

У класичному розумінні жанру є кілька видів просторів, традиційно зустрічаються на виставках: закриті, відкриті і поєднані.

Закритий простір. У західній практиці це називається «Magicbox» (чарівний ящик) з явним натяком, що всередині має відбуватися щось незвичайне. Такий простір застосовується у випадках, коли експозицію необхідно ізолювати від шуму або світла павільйону, створити особливе середовище для занурення відвідувачів в тему. «Magicbox» завжди домінує в загальному виставковому ансамблі, виглядає як якийсь масштабний об'єкт, створює фактор інтриги і сприяє приватному діалогу з глядачем. Зовнішня поверхня «Magicbox» – це завжди відмінний рекламоносій. Найчастіше в ньому

проводять локальні акції або влаштовують кімнати для переговорів. Прямо протилежний прийом організації виставкового простору – «Openspace».

Відкритий простір. Цей простір, як слідує з назви, максимально взаємодіє із середовищем павільйону. Застосовується у випадках, коли необхідне залучення глядацького потоку з мінімальним порогом доступу. Дуже популярно на західних виставках. У відкритих просторах найкращим чином виглядають великі експонати-автомобілі або групи предметних інсталяцій. «Openspace» вимагає бездоганної організації роботи персоналу стенду (ніде сховатися), який стає органічною частиною експозиції. У таких випадках не тільки ретельно продумується Корпоративний стиль одягу, але і режисується поведінка стендистів. Але найчастіше експозиціонери застосовують формат суміщених, або комбінованих.

Суміщені або комбіновані простори. Очевидна перевага перед окремо взятими «Magicbox» і «Openspace» є неоднозначною. Робота з експозицією в комбінованих просторах передбачає точні поєднання на стенді заданих функцій, а також інформативною, образної архітектури, привабливою здалеку і в той же час зручною для розміщення експонатного ряду і комфортною для обслуговуючого персоналу. Нерідко це носить спрощений і формальний характер: в закритих частинах влаштовують переговорні кімнати, а відкрита служить для безпосередніх контактів з відвідувачами. Такі експозиційні рішення доречні і в стандартних і в унікальних стендах.

Багатоповерхові конструкції стендів – «Double-Decker», незважаючи на значну вартість, дозволяють оптимізувати функціональне розмежування у взаємопов'язаних просторах на невеликій площі. Перший поверх віддається виключно під експозицію, другий – під супутні або технічні завдання. Дуже ефектно виглядають переговорні у вигляді антресольних кафе, звідки відкривається вид на весь павільйон. Проектування та будівництво «Double-Decker» є дуже відповідальним. Рекомендується застосовувати виключно ті експозиційні системи, які сертифіковані по навантаженнях і спеціально призначені для багатоповерхових споруд. Це означає, що при прольоті в 6

метрів конструкція повинна витримувати навантаження в 200 кг/м^2 це мінімальна європейська норма. Практично всі бренди, що постачають професійні експозиційні системи, роблять такі пропозиції.

Будь-який вид виставкового простору зобов'язаний враховувати основні шляхи підходу відвідувачів до стенду, їх переміщення безпосередньо в експозиції. Оскільки більшість відвідувачів оглядають експозицію самостійно, слід полегшити їм орієнтування в ній. Це також необхідно для того, щоб уникнути перетину потоків і забезпечити комфорт. При необхідності при проектуванні маршруту руху відвідувачів використовується такий прийом як зони недоступності.

Зони недоступності використовують властивості підсвідомості людини. Є якийсь психологічний бар'єр, що забороняє переступати межі, створені за допомогою кольору, фактури або рівня підлоги. Цю властивість експозиціонери часто використовують для управління рухом відвідувача. Контраст поверхонь глянцевого і килимового покриття є дуже простим і ефективним прийомом, що вибірково обмежує прохід в зони предметних інсталяцій, віптериторій. Дуже популярно розмежування рівнів підлоги. Зазвичай на подіумах виставляються предмети, але іноді можливі і зворотні рішення, коли глядач знаходиться на ходовому подіумі, а експонати розташовуються нижче. У деяких ситуаціях огляд експозиції з верхніх точок найбільш вигідний. Обмежити доступ можливо, засипавши прикордонну поверхню щебенем, керамзитом, піском або мармуровою крихтою. Бувають і більш екзотичні прийоми – такі, як газон або басейн.

1.2 Просторове членування експозиції

Створення експозиції є складним, дослідницьким, творчий і виробничо-технічним процесом, що вимагає спільних зусиль художників, дизайнерів, інженерів. Складовими частинами проектування експозиції є: наукове проектування, в ході якого розробляються основні ідеї експозиції та її

конкретний зміст; художнє проєктування, покликане забезпечити образне, пластичне втілення теми; технічне і робоче проєктування, що фіксує місце кожного експоната, тексту і технічних засобів. Наукове проєктування експозиції складається з декількох етапів. Найбільш важливим етапом в організації виставкового простору є третій етап. Етап розробки тематико-експозиційного плану (ТЕП).

Сукупність взаємопов'язаних і супідрядних частин експозиції складають її тематичну структуру. Відповідно до неї для розкриття семантичного, смислового змісту теми, виділеної виходячи із загальної структури експозиції, експозиційні матеріали об'єднуються в групи – експозиційні комплекси, кожен з яких розміщується на певній, обмеженій експозиційній площі і представляє тематичну і зорову єдність.

Ставлення до експонату як до джерела емоційного впливу змусило переглянути і докорінно змінити всю систему показу виставкових зборів. Отже, з'являється художнє проєктування експозицій. Художній образ в експозиційному ансамблі багато в чому створюється творчою фантазією проєктанта, яка, однак, базується на глибокому і всебічному знанні експонованого об'єкта. Художнє проєктування широко використовує дані психології та педагогіки, враховує сукупність цілого ряду факторів, що впливають на процес художнього сприйняття і на здатність людини засвоювати певну кількість інформації.

В їх числі такі важливі дані, як оптимальна висота експозиційного поясу, кут нахилу вітрин, найбільш зручний для огляду виставлених в ній експонатів, кількість матеріалів, що одноразово і з однієї позиції потрапляють в поле зору людини, обсяг інформації, яку здатний засвоїти людина за півтори – дві години перебування в експозиційних залах.

Для просторового експонування використовуються:

– вітрини різних конструкцій і форм – горизонтальні, вертикальні, настільні, пристінні, підвісні, вітрини кругового огляду;

- подіуми – піднесення для відкритого експонування об'ємних предметів;
- універсальні модульні системи – каркасні, безкаркасні, комбіновані, рамні, просторово-стрижневі.

Експозиційна практика останніх десятиліть показує, що обладнання може нести основні образні характеристики експозиції, але воно може бути і відносно нейтральним, функціонально пов'язаним з характером експонатів. Величезне значення для сприйняття експозиції має її просторове рішення, тобто розташування експозиційних матеріалів та експозиційного обладнання в просторі експозиційних приміщень. Правильне співвідношення елементів експозиційного ансамблю, їх взаємозв'язок, угруповання, визначення домінант – все це має першорядну важливість для створення художнього експозиційного образу. Просторовим членуванням експозиції можна організувати рух відвідувачів і ритм огляду, відокремити одну тему від іншої, головне від другорядного, ввести просторові паузи, що відокремлюють один від одного твори, об'єднати розрізнені частини в єдине ціле.

Експозиція розташовується в спеціально відведених для неї приміщеннях – експозиційних залах. В них створюється естетично повноцінне, емоційно впливаюче середовище, для чого використовується ціла система засобів і прийомів. Кожен елемент експозиції, кожна група експонатів і експозиційний зал в цілому отримує своє, обумовлене змістом, архітектурно-художнє рішення.

В експозиційному рішенні виставки діють всі закони композиції:

- принцип контрасту і взаємодоповнюваності;
- принцип колірної, тональної, фактурної, пропорційної гармонізації;
- принцип ритмічної зміни напруги;
- принцип просторової врівноваженості;
- принцип стилістичної єдності оформлення, коли стіна або стенд повинні розглядатися як єдиний об'єкт для оформлення в руслі загальної виставкової концепції.

Просторове членування експозиції і введення додаткових обсягів виправдовується їх функціональним призначенням і не повинно заважати огляду. Усі ігрові об'єкти, що вводяться в експозицію, повинні доповнювати її, а не відволікати від сприйняття малюнків і не руйнувати цілісності виставкового простору. Ці види простору є спочатку сформованими умовами, існуючими як віртуальна реальність, звична для сприйняття.

Найбільш поширена схема вирішення експозиційного простору – растр. Він як би утворює віртуальний каркас, позначаючи межі модульних осередків, де розташовуються предмети-експонати. Зорове членування простору на основі метричного ряду – головна роль растра. Принцип модульної сітки, коли найпростіші геометричні форми: трикутник, квадрат, прямокутник, шесткутник, восьмикутник повторюються в серіях або різних поєднаннях, і така структура може мати нескінченну кількість варіантів. Більшість експозиційних систем засновані на растрових комбінаціях. Їх характерні властивості – це функціональність, простота, зручність транспортування і складування, здатність до трансформації з обмеженої кількості елементів. Найбільшого поширення набули два види растрових сіток: ортогональна, де напрямки осей строго перпендикулярні, і октагональна, де додані діагональні осі.

Растр не є синонімом модуля. Під модулем зазвичай розуміють якийсь готовий елемент, що багаторазово повторюється в композиційній системі. Растрові комбінації утворюють так звані регулярні, або метричні візуальні системи, де растрова комірка – первинний елемент структури, що складається з однакових комірок. Іноді растрова структура стає самоцінним прийомом візуалізації метричного ряду для побудови експонатного середовища.

Растрові структури можуть бути нерегулярними, з різними і хаотично розташованими осередками. Їх принципова схема – хаотичні або біоморфні утворення. Поєднання в композиційній схемі регулярного і нерегулярного створює контрастне співвідношення і вигідно підкреслює характер кожного з них.

1.3 Колір та світло в експозиції

Виставлення на показ предметів мистецтва. Таке визначення дає лінгвістика слову «експозиція». Звичайно ж, це слово має більш широкий сенс, а характер виставки може варіюватися за абсолютно різними класифікаціями, але головна мета однозначна – показати кожен експонат в найвигіднішому світлі. Підкреслити достоїнства, виділити особливості, зацікавити відвідувачів. Одним з ключових факторів успіху експозиції є колірне рішення. При виборі кольору виникають питання «Яку гаму вибрати?», «Як кольори вплинуть на сприйняття?», «Трендові або класичні відтінки краще використовувати?». На питання такого роду немає яких-небудь універсальних відповідей, тому колірне рішення експозиційної структури потрібно вибирати виходячи з призначення і характеру виставки.

Можливо простежити деякі правила та тенденції в оформленні.

1) Колір стендів та інших пристосувань для виставки перш за все повинен вигідно виявляти і відтіняти експонати, служити для них оптимальним фоном. Найчастіше в якості фонових кольорів використовуються ахроматичні, особливо білий, світло-сірий, чорний. Якщо потрібен хроматичний фон, для нього використовують спокійні малонасичені кольори: пісочний, беж, коричневий, синювато-сірий, теракотовий. Експонат зазвичай контрастує з фоном по яскравості або колірному тону. Особливу увагу слід звертати на фони плоских експонатів: фотографій, документів та інших, їх власний колір тісніше взаємодіє з кольором плоского фону (в порівнянні з об'ємними експонатами), тому слід ретельно гармонізувати кольори експонатів і фону.

2) Колір також може вносити в експозицію, оживляючи акценти і тим самим надавати сприятливу дію щодо зняття втоми від огляду виставки. Елементи експозиції, що грають роль «колірного душа», прийнято розташовувати в певному ритмі, зосереджуючи колір на спеціальних стендах, де експонатів може і не бути.

3) В експозиційній структурі «ділового» типу, так само як і скрізь, актуальна задача організації простору. Кольорові плями вносять в композицію ритм, задають масштабні характеристики простору, об'єднують безліч елементів композиції в одне ціле. Іноді, якщо виставка велика, виникає необхідність розчленувати її на кілька зон. Таке зонування можна здійснити за допомогою кольору, варіюючи загальний колорит відділів експозиції.

4) Якщо експонати одноманітні, корисно створювати просторові паузи, щоб не перевтомлювати глядача. Роль таких «пауз» можуть грати особливі стенди, колір яких контрастує з домінуючим кольором експозиції.

5) Дуже велике значення на виставках має правильне природне і штучне освітлення. Перед дизайнером ставиться завдання-організувати сприйняття експозиції відвідувачами з урахуванням об'єктивних психофізіологічних законів. Увага збільшується, якщо експонати отримують відповідну художню інтерпретацію: об'єднані єдиним за кольором і фактурою фоном, розміщені на рівні очей відвідувача, мають чіткий внутрішній порядок розташування (логічний, хронологічний) та ін.

Колір зазвичай грає таку саму роль, як і на «ділових» виставках; він, перш за все, не повинен заважати сприйняттю експонатів і сперечатися з ними. Але якщо інтер'єр музею за своїм стилем і характером відповідає експонатам і складає з ними єдину систему, то навіть активне забарвлення йому не заважає, а лише сприяє виразності експозиції. Так, живопис і скульптура XVIII ст. буде краще виглядати в інтер'єрах палаців цього часу.

Оптимальним колірним середовищем для людини вважаються теплі, жовто-зелені тони: вони покращують умови для роботи зору, перешкоджаючи швидкому стомленню очей. Червоний і помаранчевий кольори, особливо при великих поверхнях, стомлюють зір і не рекомендуються для забарвлення музейних приміщень. Для підвищення освітленості використовують кольори з високою відбивною здатністю (найвищий коефіцієнт відбиття мають білий, світло-блакитний і світло-жовтий кольори, найнижчий – чорний). У забарвленні приміщення і обладнання враховується асоціативність кольору – чорний, темно-

сірий кольори можуть викликати похмурий настрій, а червоний – бадьорий, активний стан, жовтий нагадує про сонячне світло, зелений – про природу та ін.

Особливу увагу дизайнерів привертає роль колірної середовища в просторово-композиційних рішеннях, у виділенні опорних експонатів і в доданні їм певного сенсу і емоційного відтінку. Колористична гамма дає можливість пов'язувати тематичні розділи загальним по тону фоном в єдине гармонійне ціле або протиставляти їх за допомогою колірної контрасту. Переважаючий колір експонатів також впливає на вибір колірної гами. Так, для яскравих атрактивних експонатів вибирають нейтральний фон стін або полотна.

У музейній експозиції з безлічі можливих колірних рішень прийнятні ті, що сприяють розкриттю смислового боку експозиції і сприяють створенню оптимальних умов для сприйняття експозиції і тривалого перебування відвідувачів в музеї. Чутливі реакції людини на колір частково об'єктивні, їх можна пояснити будь-якими фізичними параметрами. Але є і суб'єктивні реакції, які дуже значимі в області флористики.

Об'єктивні властивості кольорів:

- відтінок кольору;
- чистота, а також сила світла, якість або інтенсивність;
- освітленість.

Суб'єктивно сприймаються властивості кольорів:

- активність кольору;
- температура кольору;
- вплив ваги кольору.

Ці властивості знаходяться в зв'язку з фізіологічними і психологічними впливами кольорів. Збудливий, дратівливий вплив кольору є активністю. Червоний колір є найактивнішим. Зелений є найбільш пасивним кольором. Відчуття температури і активність знаходяться в тісному взаємозв'язку, тут є сильні асоціації з вогнем і водою. Таким чином, помаранчевий і помаранчево-червоний колір сприймаються як теплі. Сніжно-білий і бірюзовий – як холодні.

Відчуття ваги при погляді на колір так само викликають наші асоціації – вгорі знаходиться легке повітря і світле небо, внизу – важка, темна земля. Тобто все світле сприймається як легке, темне – як важке. Крім того, вплив ваги знаходиться у взаємозв'язку з густиною фарби: світле – повітряне, і тому легке; темне – щільне, і тому важке. З цієї причини відчуття ваги в кольорах середньої освітленості навряд чи грає якусь роль. Головне при художньому оформленні виставок, експозицій знайти зорове, образне вираження основної ідеї і гранично ясно і чітко донести її до глядача.

Таким чином, колірне рішення повинно виходити з характеру експозиції. Композиція виставки повинна бути цілісною, простою і глибоко продуманою. Найбільш важливе виділяють великим форматом ілюстративного матеріалу, шрифтом, кольором. В окремих випадках можна вдаватися до прийому контрасту (велика фотографія, наприклад, поруч з маленькою, здається значніше). Компонувати матеріали треба різноманітніше, не повторюючи часто одні й ті самі прийоми. Велику роль відіграє точно знайдене колірне рішення оформлення виставки. Кольором можна посилити, підкреслити значимість експоната або розділу виставки. Важливо продумати і форму кожного стенду, щита, підставки, їх пропорції та фактуру. Художнє оформлення будь-якої виставки має являти собою закінчене єдине ціле.

Як би не були вдалі композиції виставкових інтер'єрів і підбір експонатів, вони не будуть виробляти потрібного враження, поки світло не стане компонентом оформлення. Система освітлення завершує виконання завдання, що стоїть перед експозицією – виявити всі якості показуваних предметів та привернути увагу відвідувачів. Освітлення необхідне для оживлення експозицію, виявлення і підкреслення її змісту і головної думки.

Природне денне світло, хоча і має ідеальні колористичні характеристики і при великих світлопроемах забезпечує досить високий рівень загальної освітленості інтер'єру, все більше відходить на другий план в якості джерела освітлення. Денне світло залежить від погоди, його інтенсивність помітно змінюється протягом дня, в зимові дні воно не забезпечує освітлення експозиції

у вечірні години роботи виставки. Але головне те, що тільки штучне світло може надати експозиції святкового вигляду, стати засобом виявлення її змісту.

Штучне освітлення може впливати на настрій відвідувача незалежно від часу доби і стану погоди, створити атмосферу емоційної напруженості, дозволяє користуватися світлодинамічними прийомами. Світло орієнтує відвідувача, показує йому шлях руху по експозиції. Чергування зон підвищеної і нормальної освітленості створює певний ритм, пов'язаний зі змінами потоку інформації. Світло спрямовує увагу відвідувача на потрібні зони, на головні експонати.

Одним з головних завдань освітлення виставкових приміщень є забезпечення сприятливих умов сприйняття експонатів, що визначаються як освітленням самих експонатів, так і освітленням навколишнього простору. Освітлення експонатів характеризують рівномірністю освітленості у виставковій зоні приміщення і напрямком падіння світлового потоку на площину виставкової зони. При освітленні навколишнього простору повинен забезпечуватися необхідний розподіл освітленості в приміщенні; обмеження сліпучої дії світлових прорізів; усунення інсоляції приміщення; необхідний розподіл яскравості в приміщенні.

Напрямок падіння світлового потоку на виставкову зону залежить від розташування світлових прорізів щодо виставкової зони. Кут падіння прямого світла на плоскі експонати (картини, плакати, гравюри, тканини тощо) при розташуванні їх на стінах приміщення або вертикальних стендах вибирають в межах від 45° до 75° по відношенню до горизонталі. При більше 75° на експонатах створюються тіні (від рамок і фактури), що спотворюють вигляд експонатів; при кутах менше 45° відблиски від експонатів з блискучою фактурою будуть потрапляти в очі відвідувачів.

Кут падіння прямого світла на об'ємні експонати вибирають в межах від 30° до 50° , такий напрямок падіння світла в найкращій мірі виявляє форму і деталі об'ємних експонатів. У виставкових приміщеннях світлові прорізи по можливості не повинні потрапляти в поле зору відвідувачів при огляді

експонатів, для обмеження сліпучої дії світлових прорізів необхідно застосовувати жалюзі й екрани.

У приміщеннях, призначених для експозиції живопису, графіки, тканин, килимів, гобеленів тощо, пряме сонячне світло повинно бути виключено внаслідок його руйнівної дії на барвники, тканини і папір. Для усунення інсоляції в цих приміщеннях доцільно вибирати орієнтацію світлових прорізів. При іншій орієнтації світлових прорізів в цих приміщеннях необхідно застосовувати регульовані внутрішні або зовнішні жалюзі. В експозиційних приміщеннях з об'ємними експонатами інсоляція бажана, так як пряме сонячне світло в найкращій мірі виявляє форму і деталі експонатів.

Додаткове штучне освітлення доцільно використовувати в наступних випадках:

- при недостатньому природному освітленні;
- при необхідності інтенсивного місцевого освітлення експонатів (машини, агрегати, вітрини та скляні шафи з дрібними експонатами);
- при необхідності виділити світловими акцентами окремі експонати або їх групи із загального обсягу інтер'єру (скульптури, панно, картини тощо);
- при несприятливому розподілі природної освітленості в приміщенні (наприклад, коли частина експозиційної площі знаходиться в тіні).

2 ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ

Завдання «Музеї, галереї, виставкові центри міста Харкова»

Необхідно скласти список щодо музеїв, галерей, виставкових центрів міста Харкова із постійними або тимчасовими експозиціями, зібрати інформацію про історичні відомості цих експозиційно-виставкових структур та проілюструвати відповідним візуальним матеріалом. Звернути увагу на проектні рішення музеїв, галерей та виставкових центрів. Завдання виконується на аркушах формату А3.

Завдання «Ескіз експозиційного простору по заданій тематиці»

Теми для вибору:

- виставка абстрактного мистецтва;
- виставка графіки;
- виставка ню;
- виставка класичного мистецтва;
- виставка художньої фотографії;
- виставка одягу;
- виставка об'єктів дизайну.

Необхідно обрати одну із запропонованих тем та створити ескізу проекту пропозицію щодо рішення експозиційного простору. Ескіз має відтворювати загальну концепцію запропонованого рішення, додаткового можуть бути представлені ескізи окремих характерних і декоративних елементів. Завдання виконується на аркушах формату А3.

Завдання «Оформлення вітрини по заданій тематиці»

Теми для вибору:

- вітрина із спіднею чоловічою білизною;
- вітрина з музичними інструментами;
- вітрина магазину нот;
- вітрина книжкового магазину;
- вітрина із художніми товарами;
- вітрина із спіднею жіночою білизною;
- вітрина з товарами для подорожей.

Необхідно обрати одну із запропонованих тем та створити ескізу проекту пропозицію щодо оформлення експозиційної вітрини. Ескіз має відтворювати загальну концепцію запропонованого рішення, проєкції вітрини із зазначенням габаритних розмірів, кольорово-фактурні рішення розроблюваного об'єкту, а також специфікацію її елементів.

Додаткового можуть бути представлені ескізи окремих характерних і декоративних елементів експозиційної вітрини. Завдання виконується на аркушах формату А3.

Завдання «Тематична торгівельна точка»

Необхідно створити ескізну проектну пропозицію щодо формування тематичної торгівельної точки. Тематику продукції обирає здобувач та узгоджує з керівником дисципліни. Проектне рішення має складатися з аналізу аналогів і прототипів, ескізного пошуку власного об'єкту, креслень проєкцій із вказанням габаритних розмірів, специфікації торгівельної точки, візуалізацій на рівномірному тлі та в обраному середовищі. Завдання виконується на аркушах формату А3.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вергунов С. В. Книга-алігат про сучасний промисловий український дизайн: спеціалізований каталог «ДИЗАЙНЕРЫ УКРАЇНИ. INDUSTRIAL DESIGN». – Харків : Изд-во «Федорко», 2019. – 208 с. : 624 іл. ; монографія «Промышленный дизайн Украины: взгляд изнутри». – Харків : Изд-во «Федорко», 2019. – 340 с. : 455 іл.
2. Дизайн : иллюстрированный словарь-справочник / Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов [и др.] : [под общ. ред. Г. Б. Минервина и В. Т. Шимко. Новое изд.]. – М. : Архитектура-С, 2004. – 288 с. : ил.
3. Браун Т. Дизайн-мышление в бизнесе / Тим Браун. – Изд-во : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 256 с.
4. Уэйншенк С. Книга 100 новых главных принципов дизайна. Как удержать внимание / С. Уэйншенк. – Изд-во : Питер, 2016 – 288 с.
5. Балаш А. Н. Проектирование музейных экспозиций: история – теория – практика / А. Н. Балаш, Е. И. Бородина, И. А. Куклинова [и др.]. – СПб. : Изд-во СПбГИК, 2020. – 184 с. : ил.

Виробничо-практичне видання

Методичні рекомендації
до проведення практичних занять та організації самостійної роботи
з навчальної дисципліни

«ЕКСПОЗИЦІЙНО-ВИСТАВКОВИЙ ДИЗАЙН»

*(для здобувачів першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти денної форми навчання
зі спеціальності 022 – Дизайн)*

Укладачі: **ВЕРГУНОВ** Сергій Віталійович,
ГОЛУС Валентин Анатолійович,
ШЕВЧЕНКО Кирило Сергійович

Відповідальний за випуск *С. В. Вергунов*
За авторською редакцією
Комп'ютерне верстання *С. В. Вергунов*

План 2021, поз. 538М

Підп. до друку 13.12.2021. Формат 60 × 84/16.
Електронне видання. Ум. друк. арк. 1,33.

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.
Електронна адреса: office@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 5328 від 11.04.2017.