

## **СПЕЦІАЛЬНЕ ОБЛАДНАННЯ ЯК ОДИН ІЗ КОМПОНЕНТІВ ФОРМУВАННЯ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ СЕРЕДОВИЩА АВТОСАЛОНУ**

*Анотація:* у статті розглянуто спеціальне обладнання властиве предметно–просторовому середовищу автосалонів, його види і системи, вплив спеціального обладнання на формування художнього образу інтер'єру автосалону.

*Ключові слова:* спеціальне обладнання, автосалон, художній образ.

**Постановка проблеми.** Предметно–просторове середовище автосалонів є складною системою приміщень, що має задовольняти ряд таких функцій, як продаж, купівля і обслуговування автомобілей. Кількість машин у світі постійно зростає, що сприяє відкриттю нових і вдосконаленню існуючих автосалонів і автоцентрів. Автовиробники розроблюють свої норми і правила (corporate identity – корпоративний стиль) які формують художній образ інтер'єру автосалону, за допомогою наповнення предметно просторового середовища, дилерських авторизованих центрів, різними видами обладнання. Що має сприяти підвищенню рівня довіри клієнтів до компанії і кращій ідентифікації виробника в міському середовищі.

У випадку приватних компаній ( чорних дилерів ), які офіційно не співпрацюють з авторизованими, формування предметно–просторового середовища автосалонів може здійснюватись без дотримання норм і правил корпоративного стилю. Дизайн інтер'єру більшості таких автосалонів як правило відрізняється невиразним художньо–образним вирішенням середовища в цілому. Як правило це пов'язано з повною або частковою відмовою від використання спеціального обладнання.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Серед досліджень які стосуються використання спеціального обладнання в середовищі громадських інтер'єрів можна відмітити дослідження А.В.Ефімова, М.В.Лазаревої, та В.Т.Шимко. Що розглядають спеціальне обладнання з позиції синтезу, як образних так і практичних можливостей оснащення середовища.

Питанням формування художнього образу предметно–просторового середовища і його ролі в області архітектури і дизайну присвячено ряд робіт таких авторів А.Іконнікової, С.Хан–Магометова, О.Хмелевського, Е.Лазарева. Хоча художній образ розглядається в дизайні загалом, в контексті розвитку єдиничного об'єкту, в цілому ці роботи дозволяють досить чітко представити місце і роль образу як одного із важливих засобів формування середовища проживання людини.

**Формулювання цілей статті.** Подається огляд спеціального обладнання в середовищі автосалонів і виявлення його властивостей, що впливають на художній образ інтер'єру автосалону.

**Основна частина.** Предметно–просторове середовище автосалону – це складна динамічна система, що включає в себе архітектурний простір, систему предметів, речей, інструментів і інших форм обладнання, створюючих умови реалізації ряду функцій. Вплив на художньо–образні риси інтер'єру автосалону здійснюється значним ступенем через форми і функціональні характеристики *обладнання* яке можна розділити на класи;

– традиційне – для даного середовищного архетипу ( меблі, освітлення, офісна техніка, тощо )

– технологічне – виникло як відповідь на специфічні функції призначення інтер'єру ( технічне обладнання для СТО, підйомники, покрасочні камери, тощо )

– спеціальне, відображаюче впровадження результатів технічного прогресу в характеристики і параметри сучасного образу життя а також генерування оригінального, індивідуального інтер'єрного образу.

Обладнання фактично претендує на роль домінуючого фактора, що формує вигляд середовищного простору автосалону. Воно прикрашає інтер'єр своїми дизайнерськими темами, допомагає його візуальній або функціональній трансформації, розділяє єдиний простір на перетікаючі або ізольовані підсистеми, тощо. Обладнання в інтер'єрі автосалону має ряд властивостей, таких як – масштабність середовищних рішень, емоційна орієнтація інтер'єру і здатність генерування оригінального, індивідуального образу середовища.

Спеціальне обладнання володіє здатністю генерувати нестандартні просторові композиції. Цей композиційно–творчий потенціал, мабуть, найважливіша характеристика сучасного середовищного спеціального обладнання, що допомагає цілеспрямованно перетворювати утилітарно–практичні параметри середовищних рішень автосалону в емоційно виразні.

Терміном *спеціальне обладнання* позначені такі вироби дизайнерської творчості, які або суттєво підвищують комфортність середовища, або формують нові принципи організації архітектурного простору ( це можуть бути ліфти, ескалатори, системи кондиціонування, аудіосистеми, нові види освітлення, тощо ), або кардинально змінюють естетику середовищних комплексів (відео–екрани, тач–скрін монітори, проєкції, світлодіоди, трансформуючі елементи і огороження ), а також види середовищного оснащення, поєднуючі названі властивості в комплексних характеристиках, корінним образом змінюючі можливості архітектурно–дизайнерської творчості. Наприклад, нові матеріали, що змінюють свій колір і прозорість в залежності від їх температури або рівня вологості повітря, або голографічні проєкції, що можуть транслювати об'ємне зображення в просторі.

В середовищі автосалонів можна виділити такі види і форми спеціального обладнання: інформаційні системи, системи освітлення, механічні пристрої, змінне, тимчасове і трансформуюче обладнання, природні компоненти, витвори мистецтва і арт–дизайну (табл. 1.).

*Таблиця. 1.*

**Перелік спеціального обладнання властивого середовищу автосалонів**

Системи спеціального обладнання в середовищі автосалонів	Інформаційні системи	Системи освітлення	Механічні пристрої	Змінне, тимчасове і трансформуюче обладнання	Природні компоненти	Витвори мистецтва та арт-дизайну
Приклади спеціального обладнання автосалонів	Візуальні комунікації: стенди, інфографічні схеми банери, вказівники, інформаційні стійки, лайт бокси. Медіа обладнання: монітори, тач-скрін панелі, проектори, голографічні проекції, персональні мобільні пристрої.	Денне локальне – скляні отвори в даці. Штучне направлене – прожектори, лампи декоративні підсвітки (приховані, поточні), настінні конструкції, підсвітки (вмонтовані – підумні, напольні).	Комунікаційні – ескалатори, ліфти, підйомні платформи, пристрої для маломобільних груп. Експлуатаційні – службові ліфти, підйомні платформи.	Постійне – рухомі подіуми, розсувні перегородки. Стационарне – подіуми, вітрини. Мобільне – подіуми, рекламні стенди	Рослини – декоративні дерева, вазони, декоративні букети. Елементи ландшафту – каміння, струмки.	Настінні – фотографія (рекламна, творча), контемпорарі арт. Об'ємні предмети – скульптура, малі арх. форми.

Слід зауважити, що у кожній із груп є не тільки свій ареал функціональної участі в середовищному проектуванні, але і власні можливості і орієнтири впливу на естетику середовища автосалону. Системи інформації, освітлення, арт-дизайн у більшому ступені прив'язані до формування художньо-образних властивостей інтер'єрних просторів автосалону, надаючи їм риси динамічності, зміни настроїв і образів. Механічне обладнання і трансформуючі системи, визначають форми просторових побудов, появу складних багаторівневих структур, що стають помітною зоровою деталлю в організації інтер'єру автосалону.

Властивості наведених систем спеціального обладнання, синтезують, накладаються і пересікаються, в результаті даючи майже необмежену свободу вибору, для розробки будь яких варіантів образу дизайну середовища автосалону.

Художній образ як специфічний спосіб відображення, осмислення і переробки об'єктивної дійсності з позиції окремого естетичного ідеалу в конкретно-чуттєвій формі, являється інформацією яка фіксується в середовищі графічними символами, різними формоутворюючими елементами предметного наповнення інтер'єру. Формування художнього образу в середовищі автосалонів як правило підпорядковується корпоративному стилю компаній, автомобілі яких експонуються для продажу. Існує велика кількість прийомів розташування спеціального обладнання в середовищі автосалону, для надання образної виразності інтер'єру, наприклад: синтез утилітарних якостей і інформаційних систем, як елемент систем візуальної комунікації (рис.1), знакові елементи середовища і стереотипи поведінкових і орієнтаційних бачень людини (клієнта) (рис.2), розташування систем непрямой дії як джерела додаткової і супутньої інформації (рис.3), світлові сценарії, що використовують денне освітлення (рис.4).

### Прийоми розташування спеціального обладнання в середовищі автосалонів



*Рис. 1. Синтез утилітарних якостей і інформаційних систем, як елемент систем візуальної комунікації .  
Автосалон RENAULT в м. Парижі.*



*Рис. 2. Знакові елементи середовища і стереотипи поведінкових і орієнтаційних бачень людини (клієнта).  
Автосалон TOYOTA в м. Одеса.*



*Рис. 3. Розташування систем непрямої дії, як джерела додаткової і супутньої інформації .  
Фрагмент автосалону TOYOTA в м. Париж (диз Ора Іто).*



*Рис. 4. Світлові сценарії, що використовують денне освітлення .  
Фрагмент автосалону OPEL в м. Київ*

Інформаційні системи і засоби візуальної комунікації як складові властивості спеціального обладнання, набувають все більшого значення в формуванні інтер'єру автосалону. Посилення інформаційної складової сучасного образу життя активно перетворює їх з утилітарно–допоміжних в основний засіб декоративного і образного вдосконалення. Це впливає на композицію організації простору задаючи не тільки образні характеристики інтер'єру, але й формуючи виразність предметно просторового середовища автосалону. Комплекс тактильно–візуальних комунікацій забезпечує функції розпізнання об'єктів, отримання відомостей щодо його властивостей і змісту, орієнтації в просторі, а також отримані пізнавальної інформації, щодо навколишнього середовища його елементів і функціонального призначення.

**Висновки.** Спеціальне обладнання безпосередньо впливає на формування художнього образу в середовищі автосалону. Адже саме інформація являється основною складовою будь якого образу втіленого в середовищі. В інтер'єрному просторі автосалону посередником між користувачем (клієнтом) і інформацією яку він отримує є спеціальне обладнання, що експонує, надає і ознайомлює, з інформацією про марку автомобіля, його характеристики, функціональне вирішення середовища автосалону, тощо. Основною складовою художнього образу інтер'єру автосалону є результат синтезу спеціального обладнання (інформаційних систем) архітектурно–композиційного вирішення,

маркетингової побудови, тощо.

**Перспективи подальшого дослідження.** Інформаційні системи – перспективна течія, що розвивається паралельно з надбаннями у галузі дизайну медіа технологій, знаходяча своє втілення у формуванні художнього образу середовища автосалонів. В майбутньому аналогами сьогоденних інформаційних стендів, інфографічних таблиць, вказівників, тощо, можливо стануть голографічні і світлові проєкції, персональні мобільні пристрої і тач–скрін панелі. Дослідження їх впливу на розміри експозиційних просторів, робочих і обслуговуючих зон середовища автосалонів є задачею подальшого дослідження.

### **Література**

1. Ефимов А.В. Специальное оборудование интерьера / А.В.Ефимов, М.В.Лазарева, В.Т.Шимко. – М.: Архитектура–С, 2008 – 135с.
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. –М.: Архитектура–С, 2004 – 283с.
3. Минервин Г.Б.Дизайн архитектурной среды / Г.Б.Минервин, А.В.Ефимов и др.– М.: Архитектура–С, 2004 – 530 .
4. Гельфонд А.Л. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений / А.Л. Гельфонд – М.: Архитектура–С, 2006 – 280с.
5. Чепурова О.Б. Художественный образ в дизайн–проектировании объектов культурно–бытовой среды: 17.00.06 / О.Б.Чепурова: Москва. всерос. науч–исл. инст. Техн. эстет. – М., 2004. –179с.–рус.

### Аннотация

*Кобылинський А.Ю. Специальное оборудование как один из компонентов формирования художественного образа среды автосалона*

*Рассмотрено специальное оборудование, свойственное предметно–пространственной среде автосалонов, его виды и системы, влияние на формирование художественного образа интерьера автосалона.*

*Ключевые слова: специальное оборудование, автосалон, образ.*

### Abstract

*Kobylsnsky A.Y. The special equipment as one of the components of an artistic image of the environment of a motor show formation.*

*The article deals with special equipment peculiar for car showrooms object spatial environment, its types and systems, the influence of special equipment on forming the art image of the car showroom.*

*Key words: object spatial environment, car showroom, art image.*