

ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННЯ ВИСТАВКОВИХ СТЕНДІВ У СУЧАСНІЙ ДИЗАЙН-ОСВІТІ

Дизайн-проектування виставкових стендів є однією зі складових виставкового дизайну поряд з дизайном виставкового центру та виставкового приміщення, виставковим інформаційним дизайном [1].

Одним із перших термін “виставковий дизайн” використовує В. О. Пекар [2], розкриваючи сутність поняття саме через перелік конструктивно-технологічних засобів облаштування виставкових об’єктів, здебільшого виставкових стендів та їх елементів.

У цьому контексті, виставковий дизайн — це діяльність і результат творчого процесу у сфері художнього та архітектурного оформлення виставкового стенду. При цьому одночасно із урахуванням вимог до функціональних якостей виставкового стенда, найважливішою складовою досконалого дизайну залишається візуальне естетичне сприйняття стенда, що має забезпечити формування необхідного образу фірми-експонента виставки [3].

Виставковий стенд — це просторова конструкція, що має певні характеристики міцності та надійності і, відповідно, вимагає певного інженерного опрацювання.

На сучасному ринку існують фірми, які пропонують послуги з дизайну, проектування та виготовлення виставкових стендів. При цьому використовуються найновітніші розробки у сфері створення проектів та застосовується сучасне програмне забезпечення, яке дає можливість швидко та ефективно втілювати найсміливіші концептуальні ідеї шляхом створення ескізу майбутньої конструкції стенда у вигляді тривимірного дизайн-проекту з відображенням усіх деталей та елементів.

Залежно від конфігурації стендів та їх розміщення у виставковому приміщенні, розрізняють відкриті та закриті стенди [1]. Відкриті стенди, своєю чергою, поділяють на такі види:

Лінійний — одна відкрита сторона, розташований у ряду з іншими стендами. Найбільш поширений тип стендів;

Кутовий — дві відкриті сторони, розташований наприкінці ряду;

Півострів — три відкриті сторони, головний стенд;

Острів — чотири відкриті сторони, розташований на відкритому майданчику.

Вибір типу стенда зумовлюється як економічними чинниками, так і цільовими установками експонента. Наприклад, закриті стенди створюють, якщо необхідно ізолювати експозицію (для демонстрації музичного обладнання, проведення переговорів, при небажанні знайомити з експозицією конкурентів).

Виставковий стенд — це обличчя компанії-експонента. Саме він на виставці привертає увагу відвідувачів та створює імідж [4]. Тому у наш час, крім стандартних стендів, також затребувані ексклюзивні стенди, що дають змогу представити учасника виставки у найкращому вигляді. Створення ексклюзивних виставкових стендів передбачає індивідуальний підхід на всіх етапах його виробництва.

З метою загального ознайомлення студентів молодших курсів з дизайном виставкових стендів у межах дисципліни “Перспектива та геометрія графічних відображень” запроваджено виконання наступного практичного завдання: побудова фронтальної та кутової перспективи виставкового стенда за його тривимірним зображенням. Оскільки перспектива є найбільш наочним способом зображення предметів та може мати лише незначні відмінності від зображення отриманого внаслідок зорового сприйняття [5], студенти вчаться аналізувати та відтворювати конструкцію стенда та його частин.

Графічне завдання передбачає виконання таких кроків:

1. Побудова ортогональних проєкцій виставкового стенда (визначення їх необхідної кількості).
2. Вибір умов для побудови перспективи: положення картинної площини, точки зору та лінії горизонту.
3. Побудова перспективного зображення виставкового стенда з використанням масштабу збільшення.
4. Порівняння та аналіз отриманого рисунка з вихідним тривимірним зображенням.

Запровадження такого виду робіт надає можливість вирішення двох різних завдань: з одного боку — розвиток просторової уяви та напрацювання вмій і навичок побудови перспективних зображень об’єктів, з другого — отримання певних знань з дизайну виставкових стендів як складової виставкового дизайну. Придбаний досвід стане корисним матеріалом для творчого процесу мислення фахівця у сфері дизайну, сприятиме розвитку навичок, необхідних у підприємстві, використанні сучасних технологій просування на ринок товарів, послуг, ідей.

Література

1. Овчарек В. Є. Виставкова діяльність в Україні: історичний аспект: навч. посіб./ В. Є. Овчарек. — К: КНУТД, 2014. — 86 с.

2. *Пекар В. О.* Основи виставкової діяльності: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. О. Пекар; Ін-т реклами; Вища школа виставкового менеджменту. — К.: Євроіндекс, 2009. — 348 с.
3. *Лоренц Я.* Дизайн выставок: практическое руководство / Я. Лоренц, Л. Сколник, К. Бергер; [пер. с англ. П. В. Кодолова]. — М.: АСТ: Астрель, 2008. — 256 с.
4. *Литвинов В. В.* Практика современной экспозиции: монография / В. В. Литвинов. — М.: РУДИЗАЙН, 2005. — 352 с.
5. *Куц М. В.* Тіні та перспектива: навч. посіб. / М. В. Куц. — К.: КНУТД, 2009. — 126 с.