

ՑՈՒՑԱՓԵՂԿԵՐԻ ԴԻԶԱՅՆԻ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄԸ ԵՎ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՏԻՊԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

ՆԱՐԵԿ ԳԱՍՊԱՐՅԱՆ

Ժամանակակից աշխարհում դժվար է պատկերացնել որևէ խոշոր մեգապոլիս կամ ոչ մեծ քաղաքի կենտրոն առանց գույնզգույն ցուցափեղկերի, որոնք բոլոր կողմերից կոչ են անում ձեռք բերել այս կամ այն իրը:

Վիտրինա՝ բառը ծագում է ֆրանսերեն *vitre*՝ ապակի բառից: Սա պատահական չէ, քանի որ հենց ապակու արտադրության ընդլայնումն է, որ XVII դարի վերջին Արևմտյան Եվրոպայում հանգեցրեց վիտրինաների առաջացմանը²: Հնում ցուցափեղկի գործառույթը կատարում էր փողոցում հատուկ տեղադրված վաճառատեղանի վրա ապրանքի անմիջական տեղակայումը: Միջին դարերում առևտրի առարկաներն ու վարպետի աշխատանքները ցուցադրվում էին նրա տան պատուհանին, որտեղ գտնվում էին վաճառատեղաններ և արհեստանոցներ: Առաջին ցուցափեղկերն ի հայտ են եկել Անգլիայում³ XVII դարի կեսերին և աստիճանաբար տարածվել ողջ Եվրոպայում ու Հյուսիսային Ամերիկայում: Ցուցափեղկերի հարդարումով (դեկորացիա) սկզբում զբաղվում էին նկարիչները, թատերական դեկորատորները և գովազդային գործակալները: XIX դարի կեսին առաջացավ ցուցափեղկեր ձևավորողի հատուկ մասնագիտություն:

XIX դարի երկրորդ կեսից երեկոյան ժամերին ցուցափեղկերը սկսեցին լուսավորել զազային եղջյուրիկների և կերոսինային լամպերի միջոցով, իսկ հետո նաև՝ էլեկտրականությամբ: XX դարի սկզբին որոշ առևտրականներ մանեկենների փոխարեն փորձում էին օգտագործել կենդանի բնությունը՝ ներկայացնելով կենդանիներին ու թռչուններին վանդակներում, ձկներին՝ ակվարիումներում, ինչպես նաև ներգրավում էին նկարիչների, բեմանկարիչների, այդ իսկ պատճառով և շատ դեպքերում ցուցափեղկերի ձևավորումը թատրոնի բեմ էր հիշեցնում:

¹ <http://poiskslov.com/word/%D0%B2%D0%B8%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0/>.

² <http://ah-ah-ah.ru/article/83>.

³ <http://www.window-shopping.ru/cat/history/>.

Հյուսիսային Ամերիկայում, օրինակ, ցուցափեղկերի ձևավորման գործում իրենց մեծ ավանդն ունեցան արվեստի շատ տաղանդավոր գործիչներ՝ էրոտեն Ռոման Տիրտովը, (1892-1990)՝ ռուս տաղանդավոր նկարիչ և հագուստի մոդելավորող Սավվադոր Դալին (1904-1989): Ցուցափեղկերի ձևավորման⁴ Դալիի փորձն ամենահաջողը չէր: Նա ձևավորեց Նյու Յորքի հինգերորդ ավենյուի հանրախանութներից երկուսի ցուցափեղկերը: Ձևավորման ժանրում Դալին հավատարիմ մնաց իր ոճին. «Գիշեր» ցուցափեղկում անկողնու հովանու վերևում կախված էր ատամներով արյունոտ աղավնի պահող ցլի գլուխ, իսկ «Ցերեկ» ցուցափեղկում ներկայացրել էր արտասովոր աչքերով մի աղջկա, ով մորթե լոգարանի միջից սուզվում էր այնտեղից դուրս ցցված ձեռքերի միջով: Այլ տարբերակ են «Ակտրիս»-ները, որոնք ֆրանսիական հին մոմե մանեկեններ էին (համաձայն երիտասարդ մադամ Տյուսոյի լեգենդի): Դալին նման օրինակներ գտել է խանութներից մեկի նկուղում և օգտագործել իր ձևավորումներում (ինչպես հայտնի է, նա պլաստմասայե անկենդան կերպարները չէր ընդունում): Ցուցափեղկերը մեծ ուշադրություն էին գրավում. փոքր երեխաները վախենում էին, բալզակյան տարիքի կանայք՝ ուշաթափվում: Մի քանի օր հետո, երբ Դալին մտավ տեսնելու իր ստեղծագործությունը, բացահայտեց, որ ամենասարսափազդու դետալները հեռացրել են, իսկ մոմե արտահայտիչ տիկնիկներին փոխարինել են պլաստիկ տիկնիկները: Դալին զայրացավ, կոտրեց պատուհանը, լոգարանը դուրս բերեց միջանցիկ հատված ու պատռեց իրեն համար այնքան ատելի պլաստմասայե տիկնիկին. զարմացած անցորդները հետաքրքրությամբ հետևում էին նրա զայրույթին:

Այս դեպքից հետո հանրախանութի տնօրինությունն այլևս չցանկացավ գործ ունենալ Դալիի և, ընդհանրապես, հեղինակային ցուցափեղկերի հետ, բայց Նյու Յորքի բնակիչները դեռ շատ էին քննարկելու և հիշելու հինգերորդ ավենյում Դալիի բողոքի ակցիան:

Ցուցափեղկերի⁵ ձևավորման ժամանակ կիրառվող մեթոդներն ու ձևերը բազմաթիվ են ու բազմազան: Սա փնտրտուքի, փորձարկումների, հայտնագործությունների անվերջ աշխարհ է⁶:

⁴ <http://www.rg.ru/2014/01/23/dali-site.html>.

⁵ <http://www.biwork.ru/reklama-sponsorov/15694-vitriny-istoriya-i-sovremennost.html>.

⁶ ՀՄՄ. Murray S. Cohen, "Retail Shops", Time-Saver Standards for Building Types, edited by Joseph De Chiara and John Hancock Callender, McGraw Hill Book Company, 2005, pp. 594-614.

Եթե խոսենք փողոցային ցուցափեղկերի ստեղծման ու ձևավորման մասին, ապա հարկավոր է դիտարկել մի քանի դասակարգում, որոնք ընդհանուր առմամբ ձևավորվում են պատրաստի առարկաներով և անցել են հետևյալ կատարելագործման ճանապարհը:

Ցուցափեղկերի դասակարգումն ըստ ճակատամասի տեղակայման

ա. Միասնական ցուցափեղկ. նման ցուցափեղկի առկայությունը մեծ հաջողություն է համարվում խանութի համար: Ապակեպատ մեծ տարածքը և գործողությունների ազատությունն ավելի մեծ հնարավորություններ են տալիս և չեն սահմանափակում նկարչի երևակայությունը: Բացի այդ, ձգվող ցուցափեղկը թույլ է տալիս ավելի հարմարավետ լուսավորել խանութի ամբողջ ճակատային մասը:

բ. Բազմակի ցուցափեղկերից կազմված. մոդուլային ցանցը թույլ է տալիս ստեղծել գեղարվեստական լուծումների շարք՝ դիտողին հնարավորություն տալով տեսնելու ցուցափեղկը ցուցափեղկի հետևից: Հնարավոր է «Ֆիլմային կադրերի» էֆեկտի ստեղծումը՝ հաջորդականորեն զարգացնելով ցուցափեղկերի ձևավորման սյուժեն:

գ. Ցուցափեղկը երկրորդ հարկում. գովազդային նպատակներով խանութի երկրորդ հարկում կարելի է ստեղծել գեղեցիկ և յուրօրինակ ցուցափեղկ: Ցուցադրությունը կազմվում է առավել խոշոր և արդյունավետ տարրերից՝ նպատակ ունենալով ուշադրություն գրավել բավականին մեծ հեռավորությունից: Ինչպես օրինակ՝ Երևանում «New Yorker» հագուստի խանութի ցուցափեղկերն են:

դ. Բազմահարկ ցուցափեղկ. ձևավորման գործում թույլ է տալիս կիրառել բազմաթիվ ոչ ստանդարտ լուծումներ՝ պոտենցիալ գնորդների համար բացահայտել խանութի հարմարավետ պլանավորումը, տեկտոնիկան, կոմունիկացիոն և ինտերիերային գրավչությունը: Նման ցուցափեղկը ճակատային մասում ստեղծում է դոմինանտներ՝ խանութներին տալով գայթակղիչ տեսք՝ հաճախորդին գրավելու նպատակով:

ե. Անկյունային ցուցափեղկ. սա շատ արդյունավետ գործիք է անցորդների վրա ներգործելու առումով: «Խանութների և առևտրային կենտրոնների նախագծում»⁷ գրքի հեղինակներից մեկը՝ Արմեն Կանայանը, կարծում է, որ նման ցուցափեղկի գործածությունը պայմանավորված է անկյունային ձևի տեսողական ակտիվությամբ, որը որսում է անցորդների հոսքը և

⁷ Кира Канаян, Рубен Канаян, Армен Канаян. Проектирование магазинов и торговых центрах, издатель Юнион-Стандарт Консалтинг, Москва, 2008, стр. 206-208.

բավական տարածք է՝ ծավալային կոմպոզիցիաներ ստեղծելու համար: Նրա կարծիքով ցուցափեղկի կոմպոզիցիոն լուծումները պետք է հաշվարկված լինեն արագ տեսողական ընկալման համար: Որպես լավագույն նմուշ կարելի է բերել «Starbucks» սրճարանների ցանցերում ընդգրկված օրինակները՝ հարմարավետ ու գրավիչ անկյունային սեղանիկներով: Անկյունային ցուցափեղկը թույլ է տալիս նաև ուղղել ճարտարապետական և նախագծային մի շարք թերություններ (ինտերիերի սուր անկյունները, ճակատային մասի ցածր ձգվածությունը և այլն):

Ցուցափեղկերի դասակարգումը՝ ըստ նրանց ցուցադրության ապակեպատ բացվածության աստիճանի

ա. Ցուցափեղկերը բաց են կոչվում այն դեպքում, եթե դրսից դրանց միջով տեսանելի է ողջ առևտրային շինությունը: Բաց ցուցափեղկերն օգտագործվում են այն դեպքում, երբ խանութի ինտերիերը գրավիչ է: Առևտրային շինության դիզայնը թելադրում է ցուցափեղկի դիզայնը: Բաց ցուցափեղկի նախագծման դեպքում ուշադրություն են դարձնում դրսից տեսանելի առևտրային սարքավորումների տեղակայմանը:

բ. Փակ ցուցափեղկեր: Ցուցափեղկի տարածքը առևտրային սրահի կահավորանքից սահմանազատվում է հատուկ միջնապատով: Այդպիսի ցուցափեղկերը կիրառվում են, օրինակ, այն դեպքերում, երբ առևտրային սարքավորման տեղակայման նախագիծը թույլ չի տալիս փողոցի կողմից գեղեցիկ տեսք ստեղծել:

Ցուցափեղկի հետևի պատը ձևավորվում է գովազդային պաստառներով կամ վահանակներով, ներկվում կամ պաստառապատվում է դիզայների որոշմամբ: Ցուցափեղկի տարածությունը ձևավորվում է խանութի ֆիրմային ոճով: Փակ ցուցափեղկերը կարող են զգալիորեն տարբերվել իրենց խորությամբ՝ գրեթե հարթ ապակիներից մինչև զգալի խորությամբ ցուցափեղկեր, որոնք թույլ են տալիս ներսում ստեղծել բարդ ու բազմապլան տարածություն:

գ. Բաց-փակ ցուցափեղկեր, որոնց միջով առևտրային սրահի տարածությունը մասամբ է երևում սահմանազատված գեղարվեստական կոմպոզիցիայով ցուցափեղկում կամ էլ հատուկ մշակված պատերով կամ միջնորմներով:

Ցուցափեղկերի լուսավորումը

Ցուցափեղկերի լուսավորումն անհրաժեշտ է օրվա մուգ ժամերին, ինչպես նաև հատուկ էֆեկտների ստեղծման, էքսպոզիցիայի դինամիկության համար: Ընդունված են լուսավորման երեք հիմնական տիպեր:

ա. Հավասարաչափ, ցրված լույս: Ճիշտ կազմակերպելու դեպքում հավասարաչափ լուսավորվում է ամբողջ սրահը, և բացառվում է տգեղ ստվերների առաջացումը, որոնք խեղաթյուրում են ողջ ցուցադրությունը և էքսպոզիցիան: Օգտագործվում են լյումինեսցենտային լամպեր լուսահաղորդման բարձր ինդեքսով կամ էլ դասական շիկացման լամպեր:

բ. Ուղղորդված լույս՝ լուսային ճառագայթի և լուսաբծի աշխատանք: Լույսի ակտիվ աշխատանքը և նրա բոլոր հիմնական հնարքներն ու օրինաչափությունները վերցված են բեմաձևավորումից: Լույսով շեշտադրվում են ամենանշանակալի կոմպոզիցիոն տարրերը, ստեղծվում են տարատեսակ էֆեկտներ՝ պատկերի ցայտունությունը կամ մշուշայնությունը: Այստեղ շատ շահավետ է հալոգենային և մետաղահալոգենային լուսատուների օգտագործումը, որոնք ստեղծում են կետային լուսավորություն:

գ. Գեղարվեստական լուսավորումը նեոնային և լուսադիոդային լուսատուներով: Այստեղ կիրառվում է տարբեր տիպի լուսավորությունների համադրություն, որը ստեղծում է վառ ու դինամիկ կոմպոզիցիաներ: Ինչպես նաև շատ դեպքերում կիրառում են գույնզգույն լուսավորություն:

Ամենավերջին ու ամենահետաքրքիր դասակարգումը:

Ցուցափեղկերի դասակարգումն ըստ կոմպոզիցիոն և գեղարվեստական լուծումների

ա. Ապրանքային ցուցափեղկեր: Ցուցափեղկի ձևավորման հիմնական տարրը խանութի ապրանքատեսականու դասավորությունն է, որի մաս են կազմում գեղարվեստորեն ձևավորված մանեկենները, տակդիրները, պոդիումները, գեղեցիկ ֆիրմային գնապիտակները:

բ. Սյուժետային ցուցափեղկեր: Կոնցեպտուալ դիզայներական աշխատանքը, որը գրավում է անցորդների ուշադրությունը, ասոցացվում է խանութի մասնագիտացված ուղղվածության հետ: Նման մոտեցման դեպքում դիզայներները, ստեղծելով բարդ նատյուրմորտներ կամ ամբողջական տեսարաններ, ցուցափեղկում ցույց են տալիս ոչ այնքան բուն ապրանքները, որքան դրանց օգտագործման օրինակները և կերպարները:

գ. Ապրանքասյուժետային ցուցափեղկեր: Խանութի ապրանքատեսականու մի մասը ցուցադրվում է գեղարվեստական պատկերների տեսքով: Ստեղծվում են ինքնատիպ նատյուրմորտներ, տեղադրվում են տիկնիկներ, զարդարվում են ծաղիկներով, ծավալուն գովազդային նյութերով:

դ. Ակցիոն: Ցուցափեղկեր, որոնք հաղորդում են զեղչերի մասին: Ակցիաների մասին հայտնող գրավիչ ցուցափեղկի նախագծումը բարդ առաջա-

դրանք է ցուցափեղկերի սյուժետային և ապրանքայուժետային ձևավորման դեպքում: Ամենապարզ ու հասարակ ձևավորման ժամանակ ցուցափեղկի ապակուն գրվում է «-30%» նշագրով կամ էլ գունավոր ինքնասունձվող ժապավեններով, մնացած դեպքերում դիզայները ստեղծագործաբար է նկարագրում թեման՝ ստեղծելով բարդ ու հետաքրքիր մոտիվներ:

Տվյալ դասակարգումը նույնպես կարող է ունենալ տարատեսակ ճյուղավորումներ՝ դինամիկ, ստատիկ և ինտերակտիվ (էկրանային, մուլտիմեդիային տեխնոլոգիաներ):

Ամենամեծ հետաքրքրությունը ներկայացնում են ապրանքայուժետային ցուցափեղկերը: Աշխատելով այդ ուղղությամբ՝ ցուցափեղկեր ձևավորողները հասել են ամենաբարձր արդյունքների, ինչպես օրինակ՝ Փարիզի ու Նյու Յորքի սուրբձնոյան ցուցափեղկերը:

Այսօր Երևանում նկատելի է, որ ցուցափեղկերի գերազանց կատարված ձևավորումների կողքին կան բազում թերի ցուցափեղկեր ևս, սակայն նկատվում է, որ Երևանում խոշոր սուպերմարկետները, մոլերը կամ հանրախանութները չեն օգտագործում իրենց շենքի ցուցափեղկերը՝ դրանց վրա փակցնելով այս կամ այն ընկերության գովազդային վահանակները և պաստառները, մյուս կողմից, եթե հաշվի չառնենք այն հանգամանքը, որ դա արվում է անվտանգության նկատառումներով, այնուամենայնիվ, այդ հսկայական ֆասադային տարածքներում հնարավոր է ստեղծել այնպիսի ցուցափեղկ, որն ընդհանուր անսամբլ կկազմեր տվյալ շինության կամ հարակից շինությունների հետ և մյուս կողմից էլ յուրօրինակ տեսք կհաղորդեր Երևանի շենքերի համայնապատկերին: Այդպիսի մոտեցում մենք կարող ենք տեսնել արտասահմանյան բազում քաղաքներում:

Մեր կարծիքով, ինչպես ներկայացվեց, ցուցափեղկերը ժամանակակից դիզայնեական պրակտիկայում մեծ ներկայանակ ունեն, որից օգտվելը և օգտագործելը դիզայնի բնագավառում ցանկալի են:

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

Հոդվածում խոսվում է ցուցափեղկերի պատմության, զարգացման և դրանց դիզայնի տեսակների մասին: Հոդվածում զետեղված են արտասահմանյան խանութների ցուցափեղկերի դիզայնի տեսակները, միտումները՝ ըստ ցուցափեղկերի ֆասադային տեղակայման և այլ առանձնահատկությունների, և դրանց ազդեցությունը Երևանի խանութների ցուցափեղկերի վրա: Երևանի առևտրի շենքերի դիզայնի ուսումնասիրության կապակցությամբ հոդվածում

մասնագիտորեն հետազոտվում են խանութների ցուցափեղկերը: Պարզաբանվում են նրանց զարգացման պատմությունը, կարևորագույն օրինակներն ու տեսական տարբերակները, ձևավորման սկզբունքները:

Բանալի բաներ - ցուցափեղկ, մոմե մանեկեն, մադամ Տյուստյի լեգենդ, միասնական ցուցափեղկ, դոմինանտներ, ֆիլմային կադրեր հիշեցնող, միասնական ցուցափեղկ, բազմահարկ ցուցափեղկ, ինտերիեր, անկյունային ցուցափեղկ, բաց ցուցափեղկ, փակ ցուցափեղկ, ցրված լույս, ուղղորդված լույս, ապրանքային ցուցափեղկ, սյուժետային ցուցափեղկ, ապրանքասյուժետային ցուցափեղկ, ինքնասոսնձվող ժապավեն, ակցիոն, ֆասադ:

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ВИТРИН И СОВРЕМЕННАЯ ТИПОЛОГИЯ

НАРЕК ГАСПАРЯН

В статье говорится об истории витрин, их развитии и о разновидностях их дизайна. В статье говорится о видах дизайна витрин заграничных магазинов, об их тенденциях, исходя из территориальности фасада, особенностей и их влияния на витрины ереванских магазинов. В связи с исследованиями дизайна ереванских зданий в статье профессионально исследуются витрины магазинов. Выясняется история их развития, приводятся важные примеры и теоретические варианты, а также принципы проектирования.

Ключевые слова - витрина, восковой манекен, легенда мадам Тюссо, единая витрина, доминанты, многоэтажная витрина, интерьер, угловая витрина, открытая витрина, закрытая витрина, рассеянный свет, направленный свет, продуктовая витрина, сюжетная витрина, самоклеящаяся лента, акцион, фасад.

THE DESIGN DEVELOPMENT OF SHOWCASES AND MODERN TYPOLOGY

NAREK GASPARYAN

This article is about the history of showcases, their development and their different types of design. It presents a variety of foreign shop window designs, as well as the trends concerning the ways of positioning the facade of shop windows and some other features and finally their influence on shaping Yerevan shop windows.

With regard to investigations of Yerevan shopping buildings' design the shop windows are thoroughly studied in the article. The history of development, most important examples, theoretical variations and concepts of shaping shop windows are elucidated.

Key words - showcase, window, wax model, legend of Madame Tussaud, shared showcase, dominants, reminding certain fragments of films, multi-storey showcase, interior, corner showcase, open showcase, closed showcase, diffused light, concentrated light, merchandise showcase, subject-matter showcase, merchandise themed showcase, self-adhesive tape, Stocks, façade.