

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ АРХІТЕКТУРИ, БУДІВНИЦТВА та ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
_____ О.П.Олійник
« _____ » _____ 2021 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 02 «Культура і мистецтво»
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 022 «ДИЗАЙН»

Тема: «Дизайн інтер'єрів громадської зони комплексу «Blokbuster»»

Виконавець: студентка 402 групи

Кравченко Діана Андріївна

Керівник: старший викладач КДІ

Москальцов Андрій Юрійович

Нормоконтроль: _____ старший викладач КДІ Москальцов А.Ю.

Київ 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет архітектури, будівництва та дизайну

Кафедра дизайну інтер'єру

Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

Спеціальність 022 «Дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

О.П. Олійник

“_____” _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломного проекту

Кравченко Діани Андріївни

1. Тема дипломного проекту «Дизайн інтер'єрів громадської зони комплексу «Blokbuster»
затверджена наказом ректора від 14.12.2021 р. № 594/од
2. Термін виконання проекту: з 13.05.2021р. по 15.06.2021р.
3. Вихідні дані до проекту: плани поверхів комплексу Блокбастер та експлікація до нього.
4. Зміст пояснювальної записки: титульний аркуш, завдання на виконання дипломного проекту, реферат, зміст, вступ, три розділи основної частини, висновки, список використаних джерел, додатки.
5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: схема генплану з благоустроєм території, план до перепланування, план після перепланування з зонуванням приміщень, план з розташуванням меблів, плани стелі та підлоги, розгортки приміщень, перспективні зображення інтер'єру, креслення авторських розробок предметів наповнення інтер'єру.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Збір матеріалів, щодо світової та вітчизняної практики дизайну інтер'єрів кінотеатрів	13.05.2021р. 16.05.2021р.	
2.	Виконання пошукових ескізів	16.05.2021р.	
3.	Розробка дизайн-концепції інтер'єрів кінотеатрів	17.05.2021р. 20.05.2021р.	
4.	Розробка функціонального зонування	21.05.2021р.	
5.	Розробка планів, розстановка меблів	22.05.2021р.	
6.	Виконання планів підлоги з підбором матеріалів	23.05.2021р. 26.05.2021р.	
7.	Виконання планів стелі з розт-нням освітлювальних приладів	27.05.2021р. 30.05.2021р.	
8.	Виконання розгортки стін	31.05.2021р. 02.06.2021р.	
9.	Виконання візуалізацій інтер'єру в комп'ютерній 3 D графіці	03.06.- 08.06.2020р.	
10.	Робочі креслення окремих об'єктів	09.06.2020р.	
11.	Оформлення пояснювальної записки до диплому	09.06.- 11.06.2021р.	
12.	Розробка ансамблю	12.06.2021р.	
13,	Підготування презентації та роздаткового матеріалу	13.06.2021р. 14.06.2021р.	

7. Консультанти з окремих розділів

Розділ	Консультант (посада, П.І.Б.)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Основи інженерного проектування та конструювання	к.т.н., доц., директор «УкрНДіпроектреставрація» Тимкович В.Ю		

8. Дата видачі завдання: « _____ » _____ 2021 р.

Керівник дипломної проекту _____ Москальцов А.Ю.

Завдання прийняв до виконання _____ Кравченко Д.А.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ДО ДИПЛОМНОГО ПРОЄКТУ

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломного проєкту «Дизайн інтер'єрів громадської зони комплексу «Blokbuster»»

складається з: сторінок тексту, рисунків, з таблиць та використання джерел.

Ключові слова: КІНОТЕАТР, ВІДВІДУВАЧ, ІНТЕР'ЄР, ВІДПОЧИНОК, ТОРГОВИЙ КОМПЛЕКС, КІНОЗАЛ, ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ.

Обрана тема є актуальною, оскільки у сучасних умовах пришвидшеного темпу міського життя гостро постає проблема дефіциту часу. Це зумовлює інтеграцію закладів культурно-побутового обслуговування у структурі закладів торгівлі, що виявляється у формуванні торгово-розважальних центрів, потенціал використання яких надзвичайно високий: від вирішення локальних потреб споживача до задоволення їхніх соціальних та культурних потреб. Це ставить особливі вимоги до архітектурно-планувальної організації такого типу громадських будівель

Об'єкт: громадська зона комплексу «Blokbuster»

Предмет: Дизайн інтер'єрів громадської зони комплексу «Blokbuster»

Мета: розробити дизайн інтер'єру на основі вивчення історичного, вітчизняного та зарубіжного досвіду, а також сучасних тенденцій розвитку обґрунтування особливостей формування дизайну інтер'єрів громадських комплексів.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	1
ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК.....	4
РОЗДІЛ I. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ВІТЧИЗНЯНОГО ТА ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ У ПРОЕКТУВАННІ ТА ФОРМУВАННІ ІНТЕР'ЄРІВ КІНОТЕАТРУ.....	5
1.1. Історія виникнення та розвитку громадських комплексів.....	5
1.2. Аналітичний огляд формування кінотеатрів.....	13
1.2.1. Вітчизняний досвід	13
1.2.2.Закордонний досвід.....	20
Висновки до першого розділу	25
РОЗДІЛ II. НОРМАТИВНІ УМОВИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ КІНОТЕАТРІВ.....	27
2.1. Нормативна база та класифікація.....	27
2.2. Особливості проектування зони кінотеатру.....	33
2.4. Ергономічні вимоги до меблів у закладах показу кіно.	37
2.5. Значення кольору у формуванні інтер'єру кінотеатрів	38
2.6. Значення світла у формуванні інтер'єру кінотеатрів.....	42
2.7. Акустичні вимоги до залів і сертифікація кінозалів.	44
Висновки до другого розділу.....	48
РОЗДІЛ III. ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ КІНОТЕАТРУ	49
3.1 Вихідні дані.....	49
3.2 Об'ємно – планувальне рішення.....	51
3.3. Функціональне зонування об'єкту проектування	57
3.4. Концепція дизайну кінотеатру	58
Висновки до третього розділу	70

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	72
Список літератури	73
ДОДАТОК.....	75

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах пришвидшеного темпу міського життя гостро постає проблема дефіциту часу. Це зумовлює інтеграцію закладів культурно-побутового обслуговування у структуру закладів торгівлі, що виявляється у формуванні торгово-розважальних центрів, потенціал використання яких надзвичайно високий: від вирішення локальних потреб споживача до задоволення їхніх соціальних та культурних потреб. Це ставить особливі вимоги до архітектурно-планувальної організації такого типу громадських будівель.

Актуальність теми цього дослідження визначається такими положеннями:

1) зміна соціальних та економічних умов в Україні в останні десятиліття призводить до значного коригування типології торговельних та розважальних закладів, що є важливою передумовою для пошуку нових підходів у їхньому проектуванні. ТРЦ є новим типом громадських будівель, проектування якого ускладнено через відсутність розробок із типології. Як наслідок актуальним є проведений у цій роботі аналіз світового досвіду проектування ТРЦ та формування типології комунікативних просторів з урахуванням їхньої залученості до загальної системи ТРЦ;

2) внаслідок відсутності спеціальних методичних розробок та рекомендацій щодо проектування комунікативних просторів проектування відбувається інтуїтивно, методом «проб і помилок», тому часто ці простори використовують неефективно: зумовлюють у людей психологічне та фізичне перевантаження, емоційну незадоволеність.

Тому на цей момент назріла проблема розроблення науково обґрунтованих практичних рекомендацій для проектування комунікативних просторів ТРЦ;

3) активний розвиток будівництва ТРЦ у світі призвів до того, що все частіше у сучасних ТРЦ комунікативний простір стає аналогом громадського простору міста. Тому сьогодні важливим завданням є розроблення певних принципів формування комунікативного простору, що врахували б не лише фізичні потреби відвідувачів, але й психологічні, соціальні, естетичні потреби, потребу в самореалізації та самоствердженні.

Методичні основи дослідження спираються на праці таких вчених: С. Кельби, С. Чечельницького, С. Лінди, В. Куцевича, Ю. Супрунович, Б. Аттавана, В. Праслова, Ю. Таранової, В. Іовлева, Л. Тухватуліної, А. Лобанова, А. Суровенкова.

У роботі враховано питання містобудівного підходу до досліджуваної проблеми, що розроблені в працях М. Бевза, Г. Петришин, Б. Черкеса, М. Габреля, Я. Гейла, Н. Сакінгароса.

Питаннями просторової та функціональної організації багатофункціональних комплексів займались: А. Боков, Л. Вихор, Е. Цайдлер, Л. Гайкова, Е. Коноплева, С. Єжов, В. Єксарьов.

Конструктивні особливості архітектури цивільних будівель розглянуто у роботі О. Слепцова. Просторову організацію торговельних закладів розглядали: Ю. Супрунович, Г. Левицька,

Історію розвитку закладів торгівлі розглядали такі науковці: А. Лобанов, Ф. Міллер, Б. Хіллер, Ж. Хардвік, С. Андерсон, А. Скороходова, М. Давиденко. Особливості організації просторів інтер'єру з погляду психології, ергономіки та естетики розглянуто у роботах:

Питання соціологічного, психологічного та культурного осмислення значення комунікативного простору розглядали: В. Кабрин, Л. Тухватуліна, А. Беянин, Н. Гохенгайм, В. Черноіваненко, О. Маніковська.

Перераховані вище роботи сформували джерелознавчу базу дослідження.

Об'єкт: громадська зона комплексу «Blokbuster»

Предмет: Дизайн інтер'єрів громадської зони комплексу «Blokbuster»

Мета: розробити дизайн інтер'єру на основі вивчення історичного, вітчизняного та зарубіжного досвіду, а також сучасних тенденцій розвитку обґрунтування особливостей формування дизайну інтер'єрів громадських комплексів.

Завдання:

1. Дослідити та систематизувати вітчизняний та зарубіжний досвід формування дизайн інтер'єрів громадської зони комплексу «Blokbuster».
2. Проаналізувати сучасні тенденції у формуванні інтер'єру приміщень громадського комплексу.
3. Проаналізувати останні дослідження та публікації науковців у сфері формування інтер'єрів торгово розважальних центрів.
4. Розробити функціонально-планувальну структуру, а також створити художньо-виразний простір для кінотеатру.
5. Розробити колористичну гаму приміщень в залежності від їх функціонального призначення.
6. Розробити елементи предметного наповнення інтер'єру, що відповідають концепції кінотеатру.

Практичне значення.

Результати напрацювання можуть бути використані при проектуванні інтер'єрів сучасних торгових комплексів.

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

Комунікативний простір – це архітектурне середовище багаторівневої структури, специфікою якого є, окрім виконання функції зв'язку між різними елементами цього середовища, задоволення функції психологічної та соціальної комунікації між людьми.

Торговельний центр (ТЦ) – це група торговельних об'єктів, зосереджених в одному місці і керованих як одне ціле, які за своїми типами, розмірами та місцем розташування функціонально відповідають потребам торговельної зони, яку вони обслуговують.

Мол (синонім ТРЦ) – це різновид торговельного центру, що пропонує широкий змішаний асортимент товарів та побутових послуг, а також місця та заклади для відпочинку та розваг. Радіус обслуговування молу – 8–40 км, а орендна площа – не менша за 35 000 м² (50–70 % з яких становить площа якорів: популярних брендових магазинів та ресторанів, кінотеатрів тощо).

Торгово-розважальний центр (ТРЦ) – це одна або кілька будівель, що включають сукупність магазинів та різноманітних закладів, що надають культурно-розважальні та соціально-побутові послуги, які об'єднані пішохідними алеями.

Комунікативний простір ТРЦ – це багаторівневе архітектурне середовище, що виконує функцію зв'язку між елементами функціонального наповнення ТРЦ, в якому відбувається задоволення потреб психологічної та соціальної комунікації між відвідувачами.

Орендна площі (англ. Gross leasable area (GLA)) – загальна площа призначена для виняткового використання орендарів, враховуючи будь-які підвали, мезоніни або верхні поверхи. Площа виражена в квадратних метрах і вимірюється від осьової лінії спільних перегородок та від меж зовнішніх стін.

Якір (англ. Anchor) – орендар, що є центром привабливості для відвідувачів у ТЦ

РОЗДІЛ І. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ВІТЧИЗНЯНОГО ТА ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ У ПРОЕКТУВАННІ ТА ФОРМУВАННІ ІНТЕР'ЄРІВ КІНОТЕАТРІВ

1.1. Історія виникнення та розвитку громадських комплексів

Історія торгівлі нерозривно пов'язана з історією міст. Адже саме торгівля та ремісництво є основними чинниками, що спричинили виникнення міста.

Багато великих та потужних міст виникало саме на перетині торговельних шляхів. Вже тоді, III тис. до н. е. розвивались такі давні міста: Вавилон, Мемфіс, Афіни, Карфаген. І вже тоді в кожному з таких міст було місце торгівлі, де традиційно проходили основні аспекти міського життя: соціальні контакти, ідеї, розмови, спостереження за іншими, новини, плітки, відпочинок [18]

ТРЦ – це сучасний тип будівлі, який є втіленням давніх традицій міського життя. Тривалий час ці будівлі ігнорували та зумовили зневагу в архітекторів традиційних поглядів у зв'язку зі своєю чітко налаштованою комерційною метою. Проте з часом, незважаючи ні на що, ТРЦ став одним із формувальних чинників планувальної структури міста, що потужно впливає на його життя, здоров'я та життєздатність.

Вивчення ТРЦ пов'язане із дослідженням типів будівель, що передували їхньому виникненню, тобто були їхніми прототипами. Якщо розглядати ТЦ, як замкнутий простір для торгівлі товарами, то історію виникнення таких будівель можна прослідковувати із часів появи великих базарів та критих ринків[20].

Прикладами таких базарів є збудований у X ст. критий базар Ісхафану у Ірані та збудований у XV ст. і функціонуючий до сьогодні базар Капали Чарши у Стамбулі (Рис. 1).

Проте особливістю такого типу ТЦ, як ТРЦ є наявність, окрім торгівельної функції, таких функцій як: розважальна, відпочинкова,

харчова. Прототипами таких будівель є галереї, пасажі та універмаги, що з'явилися за два століття до виникнення ТРЦ.

Досліджуючи їхню типологію, можна простежити становлення планувальних вирішень та функціонального наповнення, що і зараз активно використовуються в ТРЦ.



Рис. 1. Критий базар Ісфафану у Ірані

Першим кроком до створення торговельного комплексу була поява у великих містах у XVIII ст. пасажів та галерей. Ці типи будівель є фактично перекритими торговельними вулицями. Активний розвиток продукції скла та металевих конструкцій, дало можливість створити скляну стелю, що об'єднувала провулки та проспекти, окремі магазини та заклади різноманітних послуг. Такий тип торгівлі став одразу популярним, адже скляний дах створював комфорт для споживачів, вони перестали бути залежними від зовнішніх впливів[19].

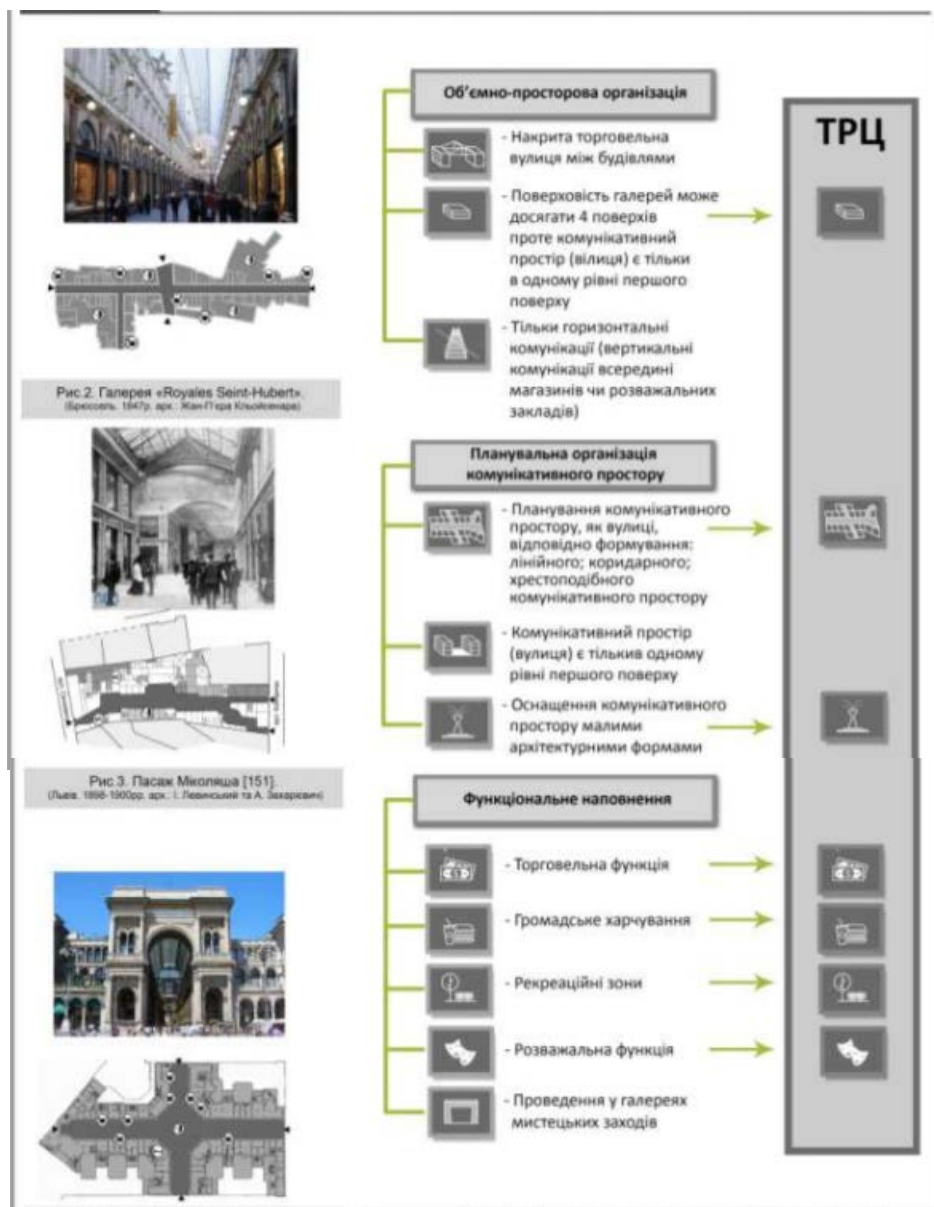
Однією з найвідоміших галерей, що значно вплинула на розвиток базових принципів формування пізніших пасажів, галерей та сьогоденних торговельних комплексів є “Galeries de Bois” у Парижі.

У 1790 р. ця галерея поєднала два крила палацу кардинала Рішельє – палацу Рояль (Рис.2). Галерея складалась із суворої фахверкової конструкції зі заскленим перекриттям та трьох рядів магазинів. У 1829 р. галерею було знесено, а натомість побудована “Galerie d’Orleans”.



Рис. 2. Палац кардинала Рішельє – палац Рояль

У 1847 р. у Брюсселі зусиллями архітектора Жан-П'єра Кльойсенара збудовано «Galeries Royales Saint-Hubert». Це не просто галерея, але й архітектурний та історичний пам'ятник, який формує центр бельгійської столиці. Галерея становить шопінг-аркаду, що складається з декількох галерей, які розташовані під одним скляним дахом. Планувальна структура галереї формується за структурою вулиць, які вона об'єднує, як і у всіх будівлях такого типу. Галерея має п'ять входів з чотирьох різних вулиць та три поверхи. У верхніх поверхах розташовано понад сотню приватних апартаментів, що їх здають в оренду, а перший поверх є торговельним і налічує близько 54 butikів та місця громадського харчування. Крім того, галерея завжди слугувала своєрідним центром привабливості для брюссельської інтелігенції, тому тут розташовані відразу два театри і музей[19].



Таблиця 1. Характеристика пасажів та галерей, притаманих ТЦ

Відомою і до сьогодні є галерея «Galleria Vittorio Emanuele II» у Мілані, яку збудував у 1876 р. Джузеппе Менгоні (табл. 1. рис. 4). Галерея Віктора Еммануїла II – це будівля в центрі Мілана в Італії. Галерея утворена за допомогою двох аркад зі скляним склепінням, які перетинаються над вулицею, що сполучає площу, де стоїть Дуомо, з площею, де розташована Ла Скала. У галереї є 4 входи і фактично з'єднує дві найвідоміші пам'ятки Мілана: площу Дуомо і площу Ла Скала. Галерея становить 32 метри у висоту, має чотири поверхи, а

восьмигранний каркас її даху сягає 47 метрів. Галерея розросталася, і от через більш ніж 130 років роботи в ній чотириповерховий пасаж охоплює елегантні магазинчики, де продаються товари від кутюр і прикраси, а також книги, картини. Тут розташовано багато ресторанів, кафе і барів, навіть є п'ятизірковий готель на другому поверсі. Особливістю оформлення всіх приміщень галереї є однакові вивіски – золотисті на чорному фоні.



Рис. 3. Galleria Vittorio Emanuele II

Такий тип торгівлі був популярним і на теренах України. Найвідомішим пасажем Львова був «Пасаж Міколяша» (табл. 1, рис. 3), що названий на честь генератора ідеї його створення. Цей пасаж збудувала у 1898–1900 рр. архітектурно-будівельна фірма Івана Левинського за спільним проектом І. Левинського та А. Захарієвича. Скляний сецесійний дах пасажу з'єднував вулиці Коперника та Сінкевича (тепер вул. М. Вороного).

Просторова композиція пасажу виконана у характерній для сецесії зрівноваженій асиметрії. Внутрішня планувальна структура пасажу була організована так, що у комунікативний простір виходили не вікна

приватних помешкань, а вітрини кав'ярень, крамниць, офісів, кінотеатру. До архітектурної композиції внутрішнього простору пасажу було додано твори прикладного та декоративного мистецтва. Простір було розділено на окремі частини, за допомогою площин із декоративними арабесками.

Проаналізувавши галереї та пасажі, можна зробити висновок, що розвиток цього типу торговельного закладу зумовлений потребами часу.

Формування нової типології стало можливим завдяки використанню нових будівельних матеріалів. Виникає фактично нова форма торгівлі, утворюється новий тип комунікативного простору: комфортний, затишний, захищений від несприятливого впливу міського середовища. Комунікативний простір оснащували фонтанами, скульптурами та зеленими насадженнями. Незважаючи на те, що ці споруди часто об'єднували вулиці та проспекти, перебування у цьому просторі перетворювалося із звичайної комунікації на атракцію, що стимулювала до перегляду та покупок товарів або відпочинку у кафе чи кінотеатрі[21].

У XIX ст. індустріалізація у Європі створила всі умови для наступного кроку до ТРЦ – появи універмагів (табл. 2). Завдяки технічному прогресу у 1857 р. у Нью-Йорку винайдено перший ліфт, у 1876 р. – перший телефон, у 1878 р. універмаг був вперше освітлений електричним світлом, у 1880 р. використовується електрична каса, у 1898 р. винайдено та вперше застосовано в універмазі ескалатор. Усі ці винаходи за короткий час стали обов'язковими атрибутами кожного універмагу і залишаються такими і для торговорозважальних центрів.

Поява перших універмагів у Європі припадає на другу половину XIX ст. 1849 р. відкрито універмаг «Harrod's» у Лондоні (табл. 2, рис. 5). Названий за ім'ям власника Чарльза Генрі Гаррода, ще до 2001 року цей універмаг був офіційним поставником для королівської родини. Планувальна структура універмагу є коридорною. Універмаг має десять входів і шість поверхів. Загальна площа універмагу становить 90 000 м², на яких розташувалися більше ніж 330 відділів, три десятки ресторанів,

аптека, spa, салон краси і власний Harrods Bank. У дні сезонних розпродажів кількість покупців досягає 300 000 осіб. Також у «Harrod's» постійно проводяться кулінарні фестивали, винні дегустації, чайні церемонії і покази мод. Неодмінним маркетинговим ходом є прикрашання універмагу до свят, зокрема до Різдва, та проведення святкових шоу та акцій[17].

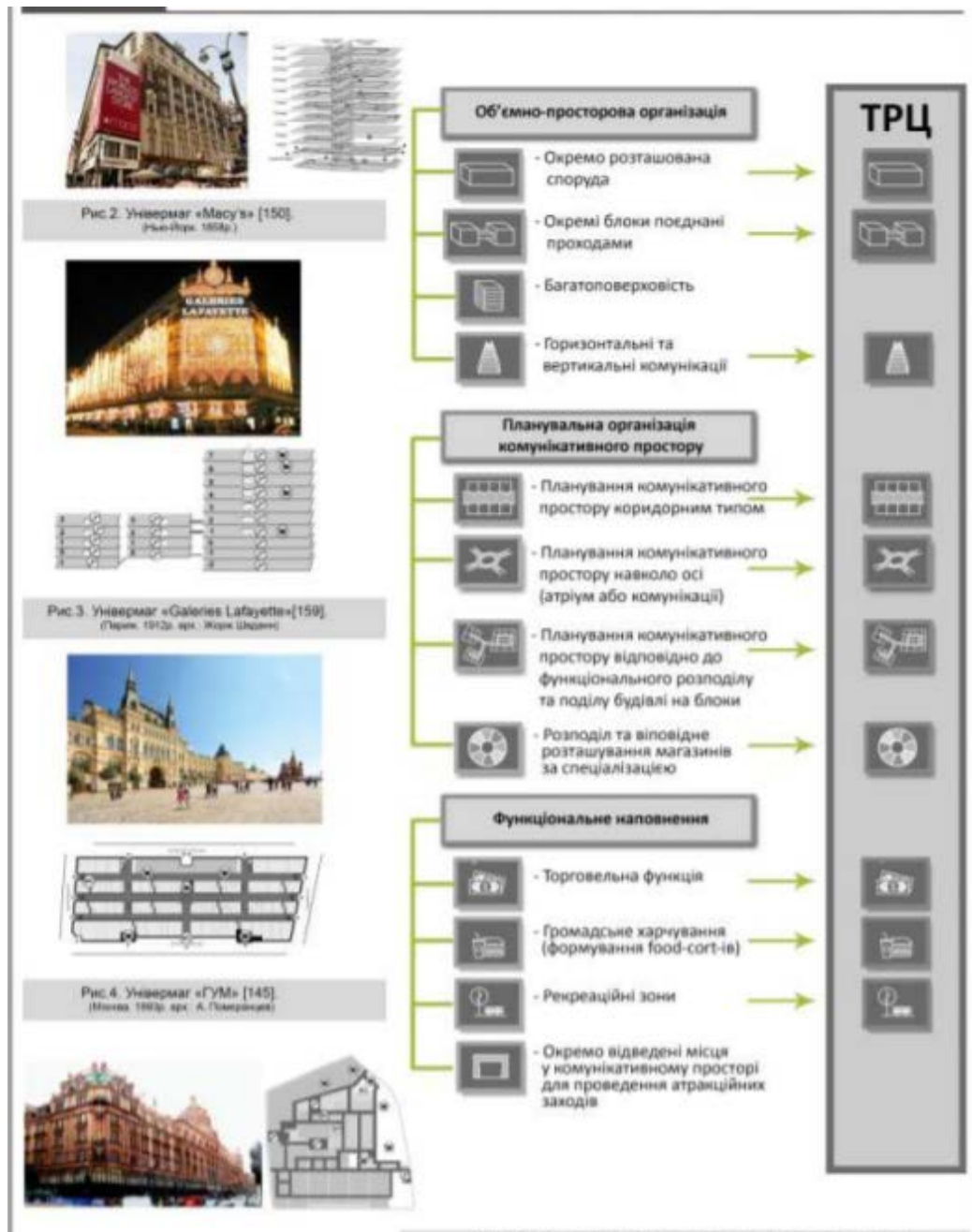


Таблица 2. Характеристика пассажив та галерей, притаманих ТЦ.

У ТРЦ представлено все функціональне наповнення універмагів: торговельна функція, функція громадського харчування та невеликі рекреаційні зони. Функціональне наповнення ТРЦ є доповненим функціями, що перейшли з пасажів та галерей: розважальна функція, рекреаційна функція, проведення мистецьких заходів. Маркетингові прийоми розроблені в універмагах, активно використовуються у сучасних ТРЦ: послуга доставки, система повернення товару, рекламні буклети, проведення різноманітних акцій, прикраси до свят.

Основним маркетинговим прийомом пасажів та галерей для приваблення клієнтів було створення затишного, соціально та психологічно комфортного комунікативного простору. Створення комунікативного простору такого типу в ТРЦ є рідкістю. Лише сучасні ТРЦ, побудовані за останні десять років в умовах жорсткої конкуренції, звертають увагу на ці аспекти.

Основним поштовхом та передумовою для виникнення ТРЦ стала глобальна автомобілізація і як наслідок стрімкий розвиток периферії у 1950-х роках у США. У кінці 1960-х років на кожних двох американців припадав один автомобіль[20].

Незважаючи на бурхливий розвиток, вулиці периферій не перебрали на себе усіх функцій центральних вулиць, спричинивши певний вакуум. Жителі окраїн змушені були їхати до центру, щоб долучитися до культурного життя міста, розважитися, зробити необхідні покупки тощо. Це стало причиною перенавантаження транспортної системи міста та низки проблем, зокрема:

- «корки» з автотранспорту на дорогах;
- брак місць для паркування;
- обмежений доступ до громадських будівель та споруд;
- і як наслідок погіршення стану екології.

З 1956 до 2005 року на території США збудовано понад 1500 торговельних центрів різних за розміром та типологією. Така кількість

торговельних центрів призвела до високого рівня конкуренції, що, своєю чергою, призвела до занепаду неконкурентоспроможних торговельних центрів та виникненню поняття «мертві моли» (англ. «dead malls»).

В умовах жорсткої конкуренції «вижили» ті ТРЦ, які, на відміну від інших, містили соціальну складову. Завдяки правильному плануванню та облаштуванню комунікативних просторів такі ТРЦ задовольняли не лише потреби людини у купівлі товару чи розвагах, вони стали місцем для зустрічей та проведення вільного часу.

На відміну від США, міські центри європейських міст є історично сформовані з часів середньовіччя і базуються на трьох складових: церква, ринок та ратуша. Таким чином міський центр європейського міста є потужним міським ядром. Це стало причиною того, що у Європі активний розвиток будівництва ТРЦ почався пізніше, ніж у США. Відповідно європейський досвід будівництва фактично ґрунтується на врахуванні помилок США. У містах України все активніше розвивається будівництво ТРЦ. Тож для України як Європейської держави важливим є дослідження досвіду проектування та експлуатації ТРЦ європейських країн.

1.2. Аналітичний огляд формування кінотеатрів

1.2.1. Вітчизняний досвід

Торговий центр (ТЦ) інколи торгово-розважальний центр (ТРЦ), галерея, пасаж, торговельний комплекс, торговельно-розважальний комплекс універсальна крамниця чи комплекс крамниць, що зазвичай включає підприємства побутового обслуговування, громадського харчування та розважальні заклади.

Ідея кілька років до цього, витала в повітрі, але реалізована була в 1924 році в передмісті Лос-Анджелеса на трасі "Лос-Фелиз-роуд" яким К.Л. Пекхем, який відкрив «Ye Market Place».

Перші торгові центри стали з'являтися в ХІХ столітті. Найбільшим у світі є «Мол ов Арабія» (англ. *Mall Of Arabia*) в Дубаї.

Сучасний торговий центр може бути великим торговельно-розважальним комплексом — багатоповерхова будівля в стилі хай-тек, в якому окрім крамниць можуть знаходитися також кав'ярні, бари, казино, кінотеатр. Як правило, комплекс обладнаний ескалаторами, забезпечений безкоштовним паркуванням для особистого транспорту покупців, і розташований біля станцій метро і зупинок громадського транспорту. Такий торговельно-розважальний комплекс може бути зразком зосередження сучасної масової культури.

Рів'єра в Одесі



Рис. 1. Рів'єра в Одесі

Один з найбільших торгових центрів Одеси, розташований за містом. Рів'єра об'єднала в собі магазини одягу, косметики, меблів, посуду, взуття та аксесуарів, техніки, товарів для будинку. Під одним дахом з ними - розважальні центри, кінотеатр, боулінг, більярд, роллердром, ресторани і кафе (Рис.2).



Рис. 2. Рів'єра в Одесі

Особливості кінотеатру в ТРЦ Riviera:

- Дизайн фойє в стилі баухаус з комфортною зоною очікування
- Перший в мережі попкорн маркет з зоною free refill для безлімітного поповнення Pepsi після першої покупки
- Зал Chill Out, в якому замість звичайних кріселел встановлені великі пуфи (Рис.3.)
- Зал Lux на 44 місця, обладнання кріслами реклайнерами
- Перший в Україні зал з унікальною технологією ScreenX, яка забезпечує 270-градусний панорамний формат зображення
- Дитяча кімната, де найменші Відвідувачі (від 2 до 7 років) зможуть провести годину з нянею, поки батьки дивляться фільм
- фотокабінках Photo Booth для тих, хто бажає зафіксувати свій похід в кіно

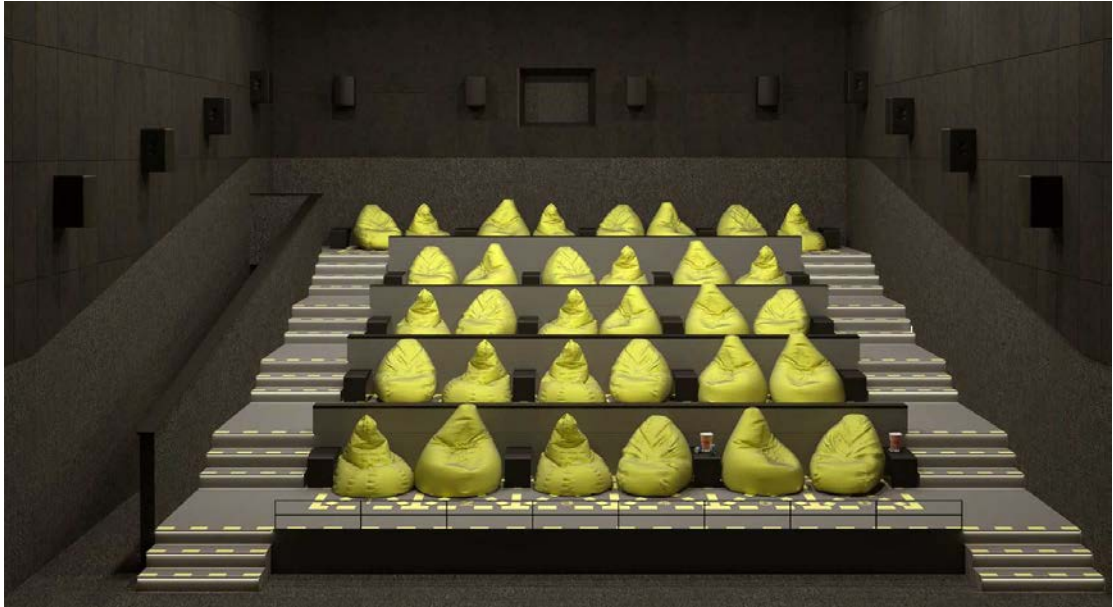


Рис. 3. Кінозал Рів'єра

ТРК «Lavina» в Києві

Торгівельний центр був відкритий у 2016 році, його торгова площа складає 127 000 м². Понад 7 500 м² займають магазини брендів Inditex. А ще відомі бренди Guess, Tommy Hilfiger, Lacoste, Benetton та понад 400 інших магазинів, у яких ви знайдете: товари для дому та спорту, електроніку, парфумерію та косметику, дитячі іграшки та білизну[12].

В ТРЦ — понад 50 ресторанів і фудкортів на будь-який смак. А ще простора та стильна фуд-локація на другому поверсі зі стовами різних кухонь світу— Food Hall.

В Lavina часто проходять тематичні події, майстер-класи та концерти. Серед розваг є найбільший в Україні кінотеатр Multiplex із 13 залами, стильним дизайном і технологією IMAX Лазер. А також сімейний парк розваг Galaxy, у якому ви знайдете екстремальні атракціони, дитячі розваги та найбільший Динопарк в Україні.



Рис. 4. ТРЦ Лавіна



Рис. 5. ТРЦ вид з дрону

Sky Park в Вінниці

Є найпершим професійним торгово-розважальним центром у місті Вінниця. ТРЦ відкрився 23 вересня 2006 року в самому серці міста, у його діловому та історичному центрі, поряд із мальовничим парком.

Загальна площа Sky Park становить 30 000 кв.м, орендна – 20 300 кв.м. Комплекс складається з торгового-розважального центру (25 000 кв.м) та бізнес-центру (5 000 кв.м).



Рис. 6. ТРЦ в Вінниці

ТРЦ Sky Park має унікальний пул орендарів (tenant-mix) на ринку ритейла Вінниці – це більше 140 магазинів улюблених та широковідомих брендів, таких як: Intertop, Guess, LC Waikiki, Цитрус, Brocard, Будинок Іграшок, Stradivarius, Bershka, Pull&Bear, Megasport, Сільпо, та ін.

Розважальний сегмент представлений 7-зальним кінотеатром SmartCinema.

SmartCinema – розумний багатозальний кінотеатр. Ми поєднуємо сучасність та модний стиль із затишною атмосферою домашнього комфорту.

Кінотеатр налічує 7 залів, що дозволяє запропонувати нашим глядачам широкий репертуар фільмів: від 10 картин одночасно в прокаті. Сеанси починаються кожні 10-15 хвилин. Для кінопоказів використовується новітнє цифрове кінопроекційне обладнання.



Рис. 7. Кінозал SmartСінема



Рис. 8. ТРЦ в Вінниці

1.2.2.Закордонний досвід

Форум дез Аль в Парижі

Унікальний універмаг, практично повністю поміщений під землю за винятком верхнього поверху.

Туристи люблять досліджувати його, оскільки він стоїть недалеко від Лувру та інших пам'яток, а у місцевого населення він викликає теплі почуття з іншої причини. На цьому місці колись був розміщений величезний продовольчий ринок Les Halles, який Еміль Золя влучно назвав «Черво Парижа».



Рис. 9. Форум дез Аль в Парижі

Тепер це п'ятирівневий комерційний центр, де запропонований широкий асортимент товарів для покупця середнього достатку. Перебуваючи всередині, складно уявити, що він прихований під землею. Вся справа в освітленні, в якому штучна ілюмінація доповнюється системою дзеркал, розташованих так, щоб відображати денне світло, що надходить крізь прозору стелю верхнього рівня.



Рис. 10. Форум дез Аль в Парижі

Провідні бренди представлені тут так само, як і маловідомі торгові марки: H & M, Calvin Klein, Mango, Adidas, Nike, Levi's, ZARA, KOOKAI.

У Forum des Halles приходять за одягом, парфумерією, ювелірними прикрасами, модними аксесуарами, предметами для спорту і активного відпочинку, комп'ютерами, аудіо та відеотехнікою.

У численних кав'ярнях, кондитерських і ресторанах є вибір національних кухонь, а для любителів швидкого харчування відкритий МакДональдс. Можна також відвідати кінотеатри, фотогалереї та художні виставки.

Gropius-Passagen

Відомий торговий центр Берліна, побудований в 1944 році. Торговий центр Gropius-Passagen є одним з найбільших торгових центрів у всій Німеччині.

Він знаходиться в районі Gropiusstadt, що на півдні Берліна. Будівля торгового центру має вихід на станцію метрополітену Johannisthaler Chaussee, а також зручну парковку.



Рис.11. Gropius-Passagen

Загальна площа Gropius-Passagen - 85 000 квадратних метрів. У будівлі торгового центру розташовано понад 180 магазинів, кафе і ресторанів, а також кінотеатр-мультиплекс.



Рис. 12. Gropius-Passagen

ТРК "Горизонт"

суперрегіональний сімейний торгово-розважальний комплекс, де розташовано більше 350 магазинів, в яких представлені відомі світові та російські бренди сегментів: premium, middle-up, middle, мас-маркет.

"Горизонт виступає" сполучною ланкою між іноземними брендами, які прагнуть на російський ринок і місцевими підприємцями. ТРК бере активну участь в переговорах, забезпечуючи прийнятні локації і фінансові умови, підтримуючи інститут франчайзингу (MAX & Co, Marella, Trussardi Jeans і багато інших);



Рис. 13. ТРК Горизонт

Істинно сімейна концепція торгового комплексу: мультиплекс, боулінг, караоке-клуб, всесезонний аквапарк, дитячий місто професій "Кідбург" з зоною едьютейнмент, кафе і ресторани, салони краси і фітнес-центр з басейном, аптеки, ательє, відділення банків, автомийка, обладнані зони відпочинку[11].

ТРК «Горизонт» розташований на проспекті Нагібін в п'яти хвилинах їзди від історичного, ділового, культурного центру міста по шляху в великі мікрорайони, де проживає більш як третина населення Ростова-на-Дону.

Загальна площа комплексу (ГВА) становить 184 878 кв.м, орендована площа (ГЛА) - 133 948 кв.м., загальна кількість паркувальних місць - 2954, з них 754 - крита парковка.



Рис. 7. ТРК Горизонт

Висновки до першого розділу

1. У першому розділі проаналізовано літературні джерела як архітектурних, так і суміжних наук. Незважаючи на велику кількість робіт про торговельні центри та інші заклади торгівлі, детальнішого дослідження потребує такий тип торговельного центру як ТРЦ. Не розкритим залишається питання комунікативного простору ТРЦ, його архітектурнопланувальної організації, типології, функціонального наповнення.

2. У розділі обґрунтовано різницю між поняттями комунікативний та комунікаційний. Встановлено, що поняття «комунікативний» охоплює сферу спілкування, мовлення та соціології.

3. Проаналізовано значення терміна «комунікативний простір» у таких науках: теорія комунікації, соціологія, політологія, психологія, культура та соціоніка. На основі аналізу сформульовано значення терміна у архітектурі. Комунікативний простір – це архітектурне середовище багаторівневої структури, специфікою якого є, окрім виконання функції зв'язку між різними елементами цього середовища, задоволення функції психологічної та соціальної комунікації між людьми.

4. Встановлено чотири рівні процесів, що відбуваються у комунікативному просторі: рівень елементарних складових, рівень підсистеми, рівень системи та рівень над системи.

5. У підрозділі також досліджено значення терміна торгово-розважальний центр та мол. На основі результатів дослідження сформульовано значення терміна «мол». Мол – це різновид торговельного центру, що пропонує широкий змішаний асортимент товарів та побутових послуг, а також місця

та заклади для відпочинку та розваг. Радіус обслуговування молу – 8–40 км, а орендна площа – не менша за 35 000 м² (50–70 % з яких становить площа якорів: популярних брендових магазинів та ресторанів, кінотеатрів тощо). Встановлено також, що поняття «мол» та «торгово-

розважальний центр» мають подібні визначення та характеристики, а отже, їх можна використовувати, як синоніми.

6. Сформульовано значення комунікативного простору з прив'язкою до середовища. Так, на основі попередніх визначень встановлено, що комунікативний простір ТРЦ – це багаторівневе архітектурне середовище, що виконує функцію зв'язку між елементами функціонального наповнення ТРЦ, у якому відбувається задоволення потреб психологічної та соціальної комунікації між відвідувачами.

7. У підрозділі проаналізовано пасажі, галереї та універмаги за такими характеристиками: об'ємно-планувальна організація, архітектурно-розпланувальна організація комунікативного простору, функціональне наповнення та психологічні прийоми. На основі проведених досліджень можна зробити висновок, що ТРЦ є своєрідним поєднання характеристик універмагів, галерей та пасажів

РОЗДІЛ II. НОРМАТИВНІ УМОВИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ КІНОТЕАТРІВ

2.1. Нормативна база та класифікація

Кінотеатри належать до установ періодичного користування й розміщуються в центрах житлових або планувальних районів, а також у загальноміських центрах. Літні кінотеатри розміщуються в місцях відпочинку: в міських парках і приміській зоні.

Кінотеатри класифікують за наступними характеристиками:

- термін експлуатації;
- репертуар;
- місткість кінозалу;
- система кінопроекції;
- композиційні прийоми.

За експлуатацією кінотеатри розділяють на кінотеатри круглорічної, сезонної дії (літні закриті й літні відкриті) та комбіновані.

За репертуаром кінотеатри бувають: художнього фільму, хронікально-документальні, повторного фільму, мультфільму, прем'єрного фільму та ін.

За кількістю місць у глядацькому залі: від 100 до 1500 – для кінотеатрів круглорічної дії й літніх закритих та до 2500 – для літніх відкритих площадок[14].

За кількістю залів: одноступінчними й багатовісними.

За системою кінопроекції:

- найбільш розповсюджені, демонстровані з плівки шириною 35 мм, звичайні (з відношенням сторін кадру 1:1,37) та широкоекранні (з відношенням 1:2,35);

- кашетировані (з відношенням 1:1,85), широкоформатні, демонстровані з плівки шириною 70 мм (з пропорціями кадру 1:2,2), зі стереофонічним відтворенням звуку.

Широкоформатну систему, як найбільш дорожчу, використовують в кінотеатрах при місткості зали більше 800 місць або в кінотеатрах на 600 місць в тому випадку, якщо це найкрупніший кінотеатр в місті [15].

Класифікація кінотеатрів за композиційними прийомами заснована на взаємному розташуванні фойє і залів для глядачів. Найчастіше фойє і зал для глядачів проектують на рівні першого поверху (горизонтальна схема), або зали розташовують над фойє та іншими допоміжними приміщеннями (вертикальна схема). Всі приміщення кінотеатру підрозділяються на наступні групи:

- глядацький комплекс;
- кіноапаратний комплекс;
- службово-господарські зони.

Кінотеатри належать до установ періодичного користування й розміщуються в центрах житлових або планувальних районів, а також у загальноміських центрах. Літні кінотеатри розміщуються в місцях відпочинку: в міських парках і приміській зоні.

Кінотеатри класифікують за наступними характеристиками:

- термін експлуатації;
- репертуар;
- місткість кінозалу;
- система кінопроекції;
- композиційні прийоми.

За експлуатацією кінотеатри розділяють на кінотеатри круглорічної, сезонної дії (літні закриті й літні відкриті) та комбіновані.

За репертуаром кінотеатри бувають: художнього фільму, хронікально-документальні, повторного фільму, мультфільму, прем'єрного фільму та ін.

За кількістю місць у глядацькому залі: від 100 до 1500 – для кінотеатрів круглорічної дії й літніх закритих та до 2500 – для літніх відкритих площадок.

За кількістю залів: однозальними й багатозальними.

За системою кінопроекції:

- найбільш розповсюджені, демонстровані з плівки шириною 35 мм, звичайні (з відношенням сторін кадру 1:1,37) та широкоекранні (з відношенням 1:2,35);
- кашетировані (з відношенням 1:1,85), широкоформатні, демонстровані з плівки шириною 70 мм (з пропорціями кадру 1:2,2), зі стереофонічним відтворенням звуку.

Широкоформатну систему, як найбільш дорожчу, використовують в кінотеатрах при місткості зали більше 800 місць або в кінотеатрах на 600 місць в тому випадку, якщо це найкрупніший кінотеатр в місті [3].

Класифікація кінотеатрів за композиційними прийомами заснована на взаємному розташуванні фойє і залів для глядачів. Найчастіше фойє і зал для глядачів проектують на рівні першого поверху (горизонтальна схема), або зали розташовують над фойє та іншими допоміжними приміщеннями (вертикальна схема). Всі приміщення кінотеатру підрозділяються на наступні групи:

- глядацький комплекс;
- кіноапаратний комплекс;
- службово-господарські зони.

Кожна з цих груп отримує розвиток, відповідний характеру та місткості будівлі. Розрахунок площ приміщень наводиться у нормах проектування культурно-видовищних споруд ВСН 45 – 86. Взаємне розташування груп повинно створювати простий та зручний графік руху глядачів, оптимальні умови технологічного процесу демонстрації фільмів та пожежну безпеку[9].

Глядацький комплекс включає: зал для глядачів, касовий вестибюль із приміщеннями кас, розподільні кулуари або фойє, буфет з підсобними приміщеннями, курильну й санітарні вузли. Основним приміщенням кінотеатру й композиційним ядром є зал для глядачів.

Планування залу для глядачів повинно створювати умови для гарної видимості з усіх місць, нормальної акустики, зручного розподілу глядачів на місцях і швидку їх евакуацію. Цими основними завданнями і визначаються співвідношення основних параметрів залу, його форма й обсяг, розміри та розташування екрана, розміщення місць і проходів між ними. Зал може бути без балкона або з балконом, що збільшує місткість залу й наближає глядача до екрана.

Параметри залів по ширині й довжині залежать від місткості залів і виду застосовуваного в них екрана (звичайний, широкий, широкоформатний, широкоекранний). Всі зали кінотеатрів місткістю менше 800 місць обладнаються широким екраном, а при місткості більше 800 місць – широкоформатним. Довжина будь-якого залу не повинна перевищувати 45м – для кінотеатрів щорічної дії й 60м – для кінотеатрів сезонної дії. При розташуванні всіх місць у партері входи в зал для глядачів найчастіше влаштовуються в задній стіні, а виходи - у бічних стінах залу поблизу екрана[16].

Площу залу приймають із розрахунку 1,0 м² на одного глядача в кінотеатрах круглорічної дії та 0,9 м² - в кінотеатрах сезонної дії.

Основою формоутворення залу є умови кінопроекції та вимоги розташування глядацьких місць в зоні оптимальної бачності. Саме це визначає габарити залу (довжину, ширину, висоту) та профіль його підлоги, розміри і розміщення екрану, характер розташування місць.

Висоту екрану розраховують, сходячи із відношення висоти та ширини різних типів екранів, які складають: для звичайного екрану – 1:1,37, широкоформатного – 1:2,2, широкого 1:2,35, кашетированого – 1:1,66.

Кількість глядацьких місць у кінозалі залежить від наступних показників:

- розмір і місце розташування екрану;
- ширина і довжина кінозалу;

- типу застосовуваних крісел і кроку рядів;
- ширина шляхів евакуації;
- розташування входів і виходів із залу.

Вестибюль із касами у великих кінотеатрах (на 600 місць і більше), як правило, ділиться на два приміщення: касовий і вхідний вестибюлі. Касовий вестибюль має самостійний вхід і повинен бути зв'язаний через двері з вхідним вестибюлем так, щоб відвідувач, купивши білети, міг пройти до нього, не виходячи на вулицю. З касовим вестибюлем і касами повинна бути безпосередньо зв'язана кімната адміністратора. У малих кінотеатрах каси звичайно розташовуються у вхідному вестибюлі. При цьому каси потрібно розміщати на відстані від шляхів проходу до зали. Вхідний вестибюль є місцем для помірної кількості глядачів та коротчасного очікування. Його площу визначають з розрахунку 0,2 м² на одне місце в глядацькому залі.

Кіноапаратний комплекс включає наступні приміщення: кінопроекційну, перемотувальну, кімнату кіномеханіка, радіовузол, агрегатну й санвузол[10].

Найкращі умови для проектування фільму створюються в тому випадку, коли вісь проекції середнього проектора збігається з перпендикуляром до екрана, відновленим у його центрі. Кількість кінопроекторів у проекційній приймають: у кінотеатрах круглої дії місткістю до 300 місць і в кінотеатрах сезонної дії – 2, у кінотеатрах щорічної дії місткістю 300 місць і більше – 3, у широкоформатних кінотеатрах – 4.

Службово-господарські приміщення включають: кабінет директора, кімнату адміністрації, контору, кімнату персоналу, плакатну, столярну майстерню, госпкладову, акумуляторну, кислотну й підсобні приміщення буфета.

Прем'єрний кінотеатр – це, як правило, найкрупніший кінотеатр міста з великою залогою універсального призначення, можливо, й з малими

спеціалізованими залами. В кінотеатрах такого типу крім головного складу приміщень глядацького комплексу рекомендовано передбачати гостьову, аудиторію (переглядова зала), виставкова зала. Рекомендується також вестибюль з гардеробом.

Студійний кінотеатр розрахований не тільки на демонстрацію кінофільмів, але й на роботу по пропаганді кіномистецтва. Відмінністю такого кінотеатру є розвинутий склад приміщень, враховуючий гостьову, аудиторію, виставкову залу.

Дитячий кінотеатр має розвинутий склад клубних приміщень з розрахунком на вік відвідувачів. Передбачають зал ігрових автоматів, приміщення для настільних ігор, виставкову залу, кімнату педагогів, можливо, зимовий сад.

Кінотеатри з неперервним кінопоказом – звичайно це кінотеатри хронікально-документального фільму, призначені для глядачів, обмежених часом (при вокзалах, торгових центрах).

Ділянка кінотеатру приймається від 0,3 до 0,7га відповідно для малих і великих кінотеатрів і повинна бути озелененою, а також повинні бути передбачені стоянки для легкових автомобілів.

За кордоном одержали поширення «автомобільні» кінотеатри на 500 – 1500 автомобілів. Відстань глядачів від екрана шириною 20 – 40м досягає 200м. Звуковий супровід фільмів здійснюється через портативні гучномовці, що вводяться в салон автомобіля[10].

Конструкції, деталі та обладнання будинків, опорядження стін і стель, покриття підлог всіх приміщень, а також сходів, коридорів тощо слід передбачати із матеріалів, що відповідають санітарно-гігієнічним

та екологічним вимогам ДБН В.1.1-8, ДБН В.1.1-10, ДБН В.1.1-11, ДБН В.1.2-8.

Розміри, розміщення і обладнання санітарно-гігієнічних приміщень повинні задовольняти вимоги зручності користування, прибирання та дезінфекції;

запобігання розповсюдженню інфекції, неприємних запахів, надмірної вологості, паразитичної фауни і мікрофлори.

Основою розрахунку площі сан. гігієнічних приміщень є розрахункова чисельність осіб чоловічої та жіночої статі.

Кількість обладнання визначається за вимогами цих Норм за видами приміщень. Слід забезпечувати можливість використання санітарно-гігієнічних приміщень особам з інвалідністю згідно з вимогами цих Норм та ДБН В.2.2-17.

Системи опалення, вентиляції та кондиціонування повітря, у тому числі системи проти димної вентиляції, повинні проектуватися з додержанням вимог ДБН В.2.6-31, ДБН В.2.5-39, ДБН В.2.5-56, ДБН В.2.5-67, ДБН В.2.5-77 а також ДСТУ-Н Б В.2.5-43, ДБН В.2.2-3; ДБН В.2.2-4; ДБН В.2.2-10, ДБН В.2.2-17, ДБН В.2.2-18, ДБН В.2.2-20, ДБН В.2.2- 23, ДБН В.2.2-24, ДБН В.2.2-25, ДБН В.2.2-26, ДБН В.2.2-28 а також вимогами цього розділу[17].

2.2. Особливості проектування зони кінотеатру

Проектування кінотеатру проводиться з урахуванням ряду специфічних вимог, адже цей об'єкт повинен бути не тільки надійним, зручним в експлуатації і красивим, але і забезпечувати ідеальні умови для переглядів фільмів.

Робота над проектом кінотеатру починається зі створення його концепції (Схема 1). На цьому етап визначаються кількість кінозалів, їх розміри, геометрія, місткість. Розраховуються навантаження на перекриття, шляхи евакуації в разі НП.

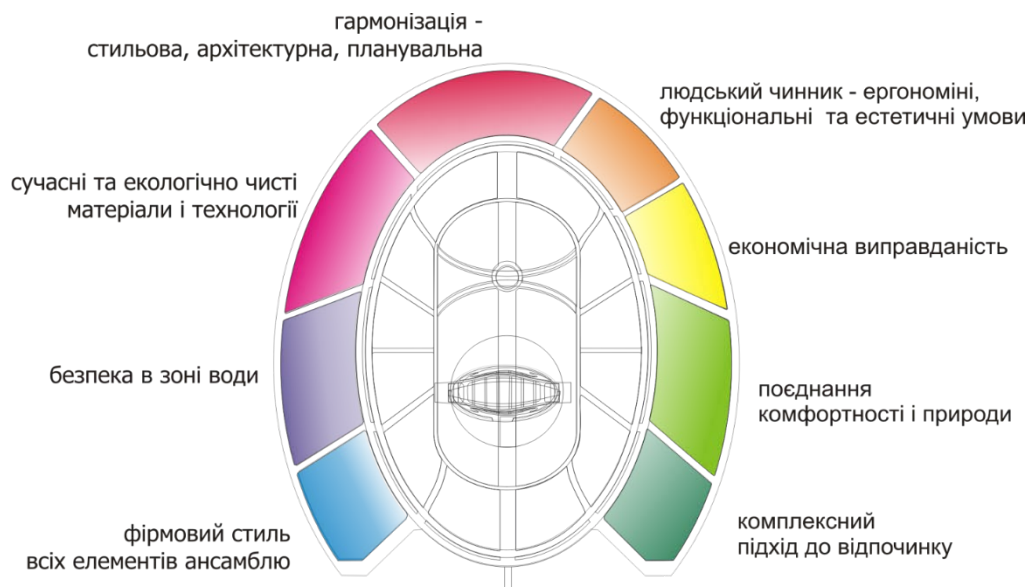


Схема 1. Дизайн-концепція

Мінімальна відстань від екрану до глядача в «антикінотеатрі», відеокабіні приймається 2 м, максимальна – 6 м.

Висота залу для глядачів, а також лекційного залу (аудиторії), обладнаних кіноустановками, визначається розрахунком залежно від призначення залу (аудиторії) і відповідних технологічних вимог.

У залі для глядачів за наявності ярусів чи балконів з кількістю рядів не більше трьох висоту від підлоги місць для глядачів до низу конструкцій, що видаються, розташованих вище ярусів, балконів чи стелі залу для глядачів, слід приймати не менше 2,5 м), а при більшій кількості рядів – не менше 3 м. Висота бар'єрів балконів повинна бути не менше 0,9 м). На бар'єрах слід передбачати пристосування, що запобігають падінню предметів з висоти.

Зали для глядачів слід проектувати з урахуванням встановлення в них крісел з відкидними сидіннями[24].

У сезонних кінотеатрах, клубах, центрах дозвілля із залами для глядачів місткістю не більше 200 місць, малих залах театрів, а також у ложах та на балконах глибиною не більше двох рядів допускається встановлювати стільці або лави зі спинками.

Ширину крісел (між осями підлокітників) слід приймати не менше 0,52 м, ширину стільців і лав – не менше 0,45 м.

Глибина крісел, стільців і лав повинна забезпечувати ширину проходів між рядами не менше 0,45 м.

Зали для глядачів слід проектувати з урахуванням встановлення в них крісел з відкидними сидіннями.

У сезонних кінотеатрах, клубах, центрах дозвілля із залами для глядачів місткістю не більше 200 місць, малих залах театрів, а також у ложах та на балконах глибиною не більше двох рядів допускається встановлювати стільці або лави зі спинками.

Ширину крісел (між осями підлокітників) слід приймати не менше 0,52 м, ширину стільців і лав – не менше 0,45 м.

Глибина крісел, стільців і лав повинна забезпечувати ширину проходів між рядами не менше 0,45 м.

У разі перепаду висот сусідніх рядів більше 0,25 м між рядами слід встановлювати огорожу. Висота огорожі визначається виходячи з побудови профілю залу, але не нижче 0,7 м.

Висоту рівня планшету естради (сцени, авансцени) над рівнем підлоги першого ряду місць для глядачів слід передбачати не більше 1 м, а в залах для глядачів місткістю до 500 місць – не більше 0,8 м (з горизонтальною підлогою – не більше 1,1 м).

У залах для глядачів уклон підлоги (пандусу) допускається не більше 1:7. У разі влаштування в проходах сходинок висоту сходинок слід приймати не більше 0,2 м.

Крісла, стільці, лави чи їх ланки в залах для глядачів (крім балконів і лож місткістю до 12 місць) слід передбачати з пристосуванням для кріплення до підлоги.

За місткості залів не більше 200 місць (за винятком залів для глядачів у кінотеатрах) допускається передбачати встановлення крісел, стільців і

лав чи їх ланок без кріплення до підлоги, але з забезпеченням пристосувань, що запобігають їх перекиданню[1].

У залах для глядачів і лекційних залах місткістю більше 50 осіб, обладнаних фіксованими сидячими місцями, необхідно передбачати не менше 4 % крісел із вмонтованими системами індивідуального прослуховування. Ці місця слід розташовувати в зоні комфортної видимості.

У кінопроекційній групі приміщень багатозальних кінотеатрів допускається об'єднувати однорідні приміщення. При цьому площі кімнати кіномеханіка, радіовузла, майстерні кіномеханіка та санітарного вузла допускається, а в разі об'єднаної кінопроекційної групи приміщень слід визначати, з розрахунку на один зал[2].

При проектуванні кінотеатрів місткістю 400 і більше місць слід передбачати кімнату інженера та оператора (площею 10 м²).

2.3. Державні норми та стандарти проектування кінотеатрів.

Ці Норми поширюються на проектування нових і реконструкцію існуючих однозальних і багатозальних будівель і споруд культурно-видовищних та дозвіллевих закладів:

- кінотеатрів цілорічної та сезонної дії;
- театрів драматичних, музично-драматичних, музичної комедії, опери та балету;
- клубів, центрів дозвілля.

Норми поширюються на проектування будівель висотою до 50 м та маючих заглиблення підземної частини до 15 м.

Вимоги цих Норм є обов'язковими для фізичних і юридичних осіб – суб'єктів інвестиційної діяльності на території України незалежно від форм власності і відомчої належності. Ці Норми не поширюються на культурно-видовищні та дозвіллеві заклади місткістю понад 1500 місць для глядачів, цирку, казино, спеціалізовані театри і кінотеатри[17].

Нормативна база для проектування торгових центрів та ж, що і для більшості інших видів громадських будівель:

ДБН А.2.2-3-2014 Склад та зміст проектної документації на будівництво

ДБН Б.2.2-12:2018 Планування і забудова територій ДБН Б.2.2-5:2011 Благоустрій територій

ДБН В.1.1-5-2000 Захист від небезпечних геологічних процесів. Будинки і споруди на підроблюваних територіях і просідаючих ґрунтах

ДБН В.1.1-7:2016 Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги

ДБН В.1.1-12:2014 Будівництво у сейсмічних районах України

ДБН В.1.1-24:2009 Захист від небезпечних геологічних процесів. Основні положення проектування

ДБН В.1.1-31:2013 Захист територій, будинків і споруд від шуму

ДБН В.2.6-163:2010 Сталеві конструкції. Норми проектування, виготовлення і монтажу

ДБН В.2.6-165:2011 Алюмінієві конструкції, Основні положення

ДБН В.2.6-198:2014 Сталеві конструкції. Норми проектування, виготовлення і монтажу

ДБН В.2.6-220:2017 Покриття будівель і споруд

ДСТУ 4281:2004 Заклади ресторанного господарства. Класифікація

ДСТУ 7246:2011 Дизайн і ергономіка. Сигналізатори звукові немовних повідомлень. Загальні вимоги ергономіки

2.4. Ергономічні вимоги до меблів у закладах показу кіно.

Ергономічні вимоги — органічний комплекс взаємопов'язаних антропометричних, фізіологічних, психофізіологічних, психологічних, соціально-психологічних та гігієнічних вимог до меблів, що дають змогу забезпечити створення оптимальних умов для діяльності людини та збереження її здоров'я [7].

В усіх будівлях закладів повинні передбачатися, як мінімум, дві одномісні вбиральні (чоловіча і жіноча), розраховані на користування особами з інвалідністю в кріслах колісних, чи спеціальні кабінки в багатомісних вбиральнях. Розміри кабінки не менше 1,65 x 1,80 м, при цьому параметри для розміщення крісла колісного – 0,90 x 1,5 м. Одну з кабін слід обладнати вертикальними поручнями з боків кабінки і гачками для милиць осіб з інвалідністю, що використовують опорні пристрої.

Чоловічу і жіночу кабінки не слід розміщувати поруч.

У чоловічому туалеті не менше одного пісуару слід встановлювати на висоті не більше 0,4 м від підлоги й обладнати його вертикальними поручнями.

В умивальних туалетів не менше однієї раковини слід встановлювати на висоті не більше 0,8 м від підлоги.

Будівельні конструкції будівель та їх внутрішні інженерні системи мають забезпечувати дотримання в приміщеннях нормативних вимог до параметрів мікроклімату в межах допустимих значень та можливість забезпечення оптимальних показників цих параметрів, включаючи температуру, вологість та швидкість руху повітря, а також забезпечення необхідної температури на внутрішніх поверхнях стін, теплостійкість огорожуючих конструкцій і теплозасвоєння поверхні підлог.

2.5. Значення кольору у формуванні інтер'єру кінотеатрів

Об'єктивний вплив кольору підтверджено експериментальним шляхом і залежить від кількості кольору, якості кольору, час впливу, особливостей нервової системи, віку, статі та інших факторів. Безпосередньою фізіологічною дією на весь організм людини пояснюються явища, що викликає червоним і синім кольорами, особливо при максимальній їх насиченості. Червоний колір збуджує нервову

систему, викликає почастішання дихання і пульсу і активізує роботу м'язової системи. Синій колір надає гальмівну дію на нервову систему.

Секрет червоних крісел в кінотеатрах

Червоні крісла в кінотеатрах з'явилися завдяки популярності італійської опери в минулому. Червоний і золотий - традиційні кольори в оформленні театрів Італії. Згодом їх перейняли й інші країни, а з появою кінотеатрів тенденція збереглася[22].

Однак є і практична сторона: червоний - перший колір, який пропадає з нашого поля зору в умовах слабкого освітлення. При приглушеному світлі в кінотеатрі той же синій буде здаватися яскравіше червоного, хоча при хорошому освітленні все навпаки.

Червоний, жовтий, оранжеві кольори є кольорами екстраверсії, тобто імпульсу, зверненого назовні. Група синього, фіолетового, зеленого навпаки для пасивної інтроверсії і імпульсів звернених всередину.

Помаранчевий і червоний кольори, збуджуючи попутно із зоровим і слуховий центр мозку, що викликає удаване збільшення гучності шумів. Не позбавлене підстави, що ці активні кольори часто називають "гучним, кричущими". Зелений і синій, заспокійливі кольори, послаблюють збудження слухового центру, тобто як би послаблюють або компенсують гучність шумів (Схема 1).

Основні кольори мають оптичний вплив кольору.

Жовтий колір візуально як би піднімає поверхню. Вона здається до того ж більш широкою через ефекту іррадації. Червоний колір наближається до нас, блакитний, навпаки віддаляється. Площині, пофарбовані в темно-синій, фіолетовий і чорний кольори, візуально зменшуються і спрямовуються донизу. Зелений колір - найбільш спокійний з усіх кольорів.



Схема 1. Градація кольорів

Так само потрібно відзначити відцентровий рух жовтого кольору та доцентрове синього. Якщо зробити два кола рівної величини і заповнити один жовтим, а інший синім, то вже після короткої концентрації на них стає помітним, що жовтий промінить, набуває рух з центру і майже відчутно, наближається до людини. Синє ж розвиває доцентровий рух (подібно стягивающей себе в свій будиночок равлика) і віддаляється від людини. Жовтий коло коле очі, в синьому очей потопає.

Це вплив збільшується, якщо до нього додати розходження в світлин і темряві, тобто вплив жовтого збільшиться при додаванні до нього білого кольору, синього - при затемнення його чорним.

При психологічному впливі кольору йдеться про почуття переживання, які ми можемо відчувати під впливом того чи іншого кольору. Це вплив дуже тісно пов'язано з оптичними властивостями кольору[7].

Абсолютно зелене є найспокійніший колір. Він нікуди не рухається і не має ні призвука ні радості, ні печалі. Зелений колір і його постійну відсутність руху благотворно діє на стомлених людей. При введенні в зелений колір жовтого кольору він пожвавлюється, стає більш активним. При додаванні синього, навпаки, починає звучати інакше, він робиться більш серйозним[8].

З іншого боку, жовтий колір турбує людину, коле його, збуджує. Порівняно зі станом людської душі, його можна було б вжити як барвисте вираз безумства, сліпого сказу (жовтий колір Достоєвського).

Синє ж схильне до поглиблення. Чим глибше, темніше стає синій колір тим більше він кличе людину до безкінечного, будить в ньому голод до чистоти і свержчутвенному. Дуже темне синє дає елемент спокою. Доведений до прибудов чорного синій колір отримує призвук печалі. Стаючи більш світлим синій набуває байдужий характер і стає людині далеким і байдужим, як блакитне небо. І стаючи світліше все більш беззвучний, поки не дійде до беззвучного спокою - стане білим.

Естетичний комфорт зумовлює позитивний емоційний настрій людини. Це забезпечується завдяки засобам і прийомам, за допомогою яких досягається об'єднання всіх елементів інтер'єру у єдине для сприйняття ціле. Естетичний комфорт інтер'єру залежить, у першу чергу, від гармонійності предметно-просторового оточення, від того, наскільки досягнута цілісність і погодженість його елементів[1]

Естетична організація середовища, або досягнення краси інтер'єру, включає безліч різноманітних завдань. Головні з них - це композиція простору, колірне рішення і обробка поверхонь, господарська (дизайнерська) форма устаткування і меблів, вирішення декоративних деталей, освітлення, озеленення та ін.

2.6. Значення світла у формуванні інтер'єру кінотеатрів.

Невід'ємною частиною інформаційно-розважальних заходів є світло що не дивно, адже 80% навколишнього світу ми сприймаємо саме візуально. Також експериментально було виявлено, що зі зниженням чутливості очей, викликає зниження чутливості вуха до звуку. Зорові і слухові нейронні дуги анатомічно тісно переплетені (так званий вароліїв вузол гіпоталамусу). Очевидно, що між сприйняттям кольору (світла) і звуку існує певний зв'язок.

Освітленість – це фізична величина, що характеризує освітлення поверхні, що створюється світловим потоком, падаючим на цю поверхню. Одиницею вимірювання освітленості в системі СІ служить люкс (1 люкс = 1 люмен на кв. метр), в СГС – фот (один фот дорівнює 10000 люксів).

Для порівняння – значення величини освітлення для типових випадків:

- освітлення сонячними променями опівдні 100 000 люкс; при кінозйомки в студії 10 000 люкс;
- на відкритому місці в похмурий день 1000 люкс;
- у світлій кімнаті поблизу вікна 100 люкс;
- на робочому столі для тонких робіт 100-200 люкс;
- необхідна для читання 30-50 люкс;
- на екрані кінотеатру 85-120 люкс;
- від повного місяця 0,2 люкс;
- від нічного неба в безмісячну ніч 0,0003 люкс.

Як і на великій сцені, так і в маленькому нічному клубі обов'язково повинно бути кілька видів світла. Світлове обладнання відносно компактне, мобільне, займає мало місця, крім того багато окремих видів кріпиться на стіни, стелю без складної інсталяції[4].

Світлообладнання включають в себе світлодіодні ефекти, лампи, дзеркальні кулі, прожектори, світлові ефекти і багато іншого.

Типи світлового обладнання виділяють в залежності від:

- Розподілу по переміщенню променю в просторі: прилади статичного і динамічного світла.

- Розподілу по ширині променю на освітленому об'єкті: прилади точкового і заливного світла.

- Розподілу за типом джерела світла: галогенові (розжарювання) і металогалогенові (газорозрядні) прилади, на світлодіодах.

- Розподілу по виконуваних функціях: прилади основного і допоміжного (ефектного) світла

Розподіл по переміщенню променю в просторі:

Їх можна розбити на 2 групи: статичні і динамічні. Розподіл відносний, тому що іноді прилад може переходити з групи в групу.

До статичних приладів відносять:

Різноманітні прожектори: заливного світла, з профілюванням променю, з плоско-опуклими лінзами, з лінзами Френеля, з кашетируючими шторками (рис. 1 а, в, г, д). Вони оснащуються різними лампами: галогенними, газорозрядними, УФ-лампами, LED-джерелами світла.

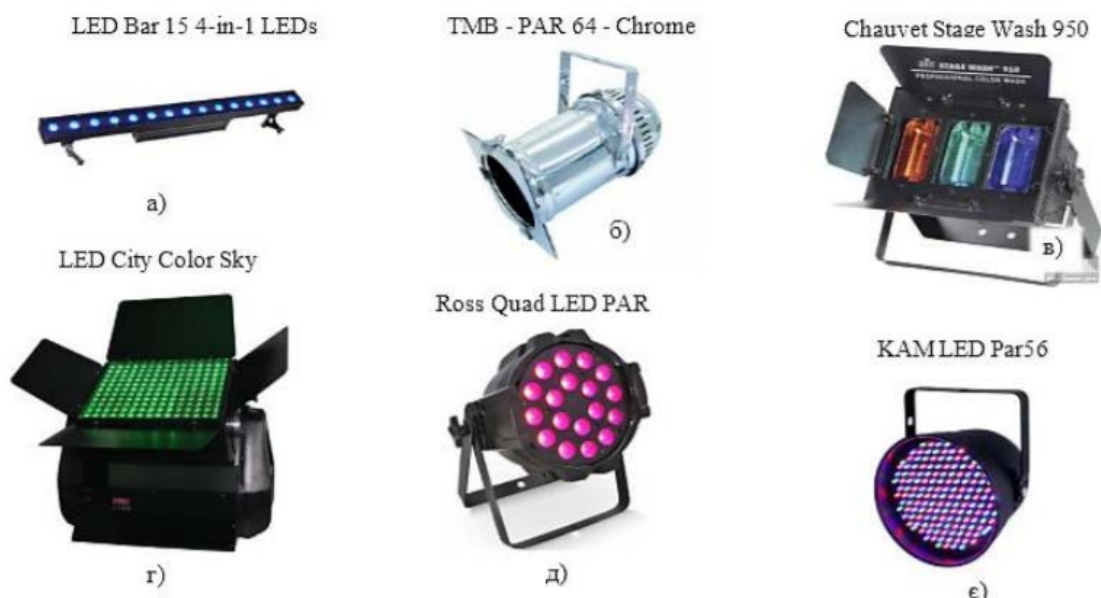


Рис. 1. Статичні освітлювальні прилади

Заливне світло – світло, яке заливає великі простори. Для отримання заливного світла використовуються симетричні і асиметричні світильники, групи світильників, колорченжери заливного світла, рампи і бліндери. Безумовні переваги - заливка особливо потужним яскравим променем великих площ.

Недоліки: мають специфіку в застосуванні для спрощеного висвітлення декорацій і музикантів. При неправильному застосуванні дає дуже плоску і примітивну картинку без об'єму і нюансів.

- PAR 64 – окремий тип приладу. При застосуванні окремих приладів і адекватній відстані до об'єкта можна використовувати, як точкове джерело світла. При застосуванні декількох приладів в одній групі в так званій «лінійці» або «збірці» (фермі), можна використовувати термін заливка, проте все одно, заливка виборча, що дозволяє висвічувати необхідні ділянки, ігноруючи непотрібні.

Переваги: дешевизна і простота приладу, легкість монтажу, плавно змінюваний за допомогою підсвічування напруження і колірна температура лампи, універсальність[6].

Рекомендоване застосування заливного світла: відбиття акцентів, світлові завіси та площини, освітлення акторів і декорацій. Її мета - створити атмосферу, загальний колорит, тому заливка, як правило, кольорова. В ідеалі вона висвітлює тільки робочий простір сцени, але робить це рівномірно. Тому заливні ліхтарі працюють групами, об'єднаними за ознакою кольору. І всередині групи повинні бути розвішені так, щоб синім, було все, а не тільки кут. Заливка розташовується зверху. Недоліки: при застосуванні приладів в жорстких збірках-секціях, багато приладів стають просто зайвими.

2.7. Акустичні вимоги до залів і сертифікація кінозалів.

Сучасні системи багатоканального звуку пред'являють серйозні вимоги до якості акустичного оформлення кінозалів з метою досягнення

найкращого звучання. Ще раз відзначимо, що недостатньо купити обладнання - необхідно провести цілий комплекс робіт з монтажу, інсталяції та настроювання звукового і кінопроекційного обладнання, акустичного оформлення залів, правильній установці крісел та інших аспектів.

До основних акустичних вимог для кінозалів належить:

- забезпечення оптимального часу реверберації (тобто післязвучання);
- забезпечення необхідної геометрії залу на підставі таблиць оптимальних співвідношень висоти, ширини і довжини залу;
- акустична обробка заекранного простору для придушення небажаних відображень від заекранної стіни кінозалу;
- обробка задньої стіни кінозалу для придушення небажаних зворотних відображень від задньої стіни кінозалу;
- акустична обробка стелі з урахуванням розміщення вентиляційних каналів і систем освітлення;
- підлога повинна бути обов'язково покрита килимовим покриттям в проходах і між рядами. При цьому килимове покриття жорстко закріплене до підлоги;
- проекційні вікна повинні забезпечувати гарну звукоізоляцію між кінозалом і кінопроекційною, не створювати додаткових відображень та відблисків;
- двері повинні забезпечувати гарну звукоізоляцію між фойє, вулицею і кінозалом;
- особливі вимоги пред'являються до багатозальних кінотеатрів щодо звукоізоляції між залами.

Звукоізоляція кінозалів від впливу зовнішніх шумів, таких як шум з вулиці, шуми фойє, шуми, що проникають з систем вентиляції та кондиціонування, а так само шум з сусідніх кінозалів. З останніми боротися дуже важко, оскільки під час сеансу рівень звукового тиску може

досягати досить великих значень. Як правило, боротися доводиться з низькими частотами.

В ідеальному випадку, проблема вирішується за рахунок зведення досить масивних стін. Проте не завжди це можливо, наприклад, у випадках, коли торговий центр уже побудований, і його фундамент не розрахований на таку істотну додаткове навантаження. У таких випадках доводиться зводити легкі гіпсокартонні огорожувальні конструкції, які забезпечують лише мінімальні вимоги до звукоізоляції кінозалів. Важливе зауваження – по можливості кінозал потрібно розташовувати якомога далі від таких приміщень як більйардні, боулінг, що мають у своєму спектрі шумів такі складові як ударні шуми[5].

Акустична обробка кінозалів звуковбирними матеріалами. Тут потрібно відзначити, що звукоізоляція і звукопоглинання – це різні речі. Звукоізоляція - це ізоляція приміщення від впливу шумів виникають поза даного приміщення. Звукоізоляція вимірюється в децибелах. Звукопоглинання величина безрозмірна, яка визначає відносну спад звукової енергії при відбитті від будь-якого матеріалу, що має деякий коефіцієнт поглинання. Звукопоглинаюче оздоблення залу потрібне для того, що б уникнути багаторазового відбиття звуку від поверхонь кінозалу, що створює ефект «відлуння». Коефіцієнти поглинання матеріалів залежать від частоти.

Тому, всі акустичні матеріали умовно можна розділити на три категорії. Високочастотні - матеріали, які мають максимум поглинання на високих частотах, низькочастотні - матеріали, що мають максимум поглинання на низьких частотах (у порівнянні з першими вони більш товсті) і резонансні - матеріали, які поглинають звук у певному спектрі частот (як правило це всілякі перфоровані матеріали).

Для того, щоб кінозал володів необхідними акустичними властивостями потрібно пропорційно розмістити зазначені матеріали всередині кінозалу. Причому для кожного, типу акустичних матеріалів

існує правило, відповідно до якого, вони розміщуються. Крім того, зазначені матеріали повинні бути темних тонів, щоб не піддавати кіноекран додаткової засвітці. Ці правила є загальними для всіх кінозалів, тому вони в деякому роді позбавлені яскраво вираженою індивідуальності і схожі один на одного.

Висновки до другого розділу

1. При опрацюванні нормативної бази було встановлено основні вимоги до кінотеатрів :

- Соціальна основа типу будівлі;
- санітарно-гігієнічні вимоги;
- інженерне обладнання.

Класифікація типів кінотеатрів визначає їх основні типологічні особливості, встановлені взаємозв'язки основних класифікаційних ознак функціональних, містобудівних, об'ємно-планувальних, архітектурно - будівельних та інших.

2. Специфіка кінотеатрів полягає в розмаїтті функцій цих об'єктів. Це громадські будівлі, що зумовлюють особливості формування інтер'єрів.

3. Було опрацьовано норми та стандарти проектування кінотеатрів та встановлено основні вимоги об'ємно-планувального рішення їх окремих елементів

Розглянуто ергономічні вимоги, прийоми колірного рішення, прийоми формування світла та звуку в інтер'єрі кінотеатрів.

РОЗДІЛ ІІІ. ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ КІНОТЕАТРУ

3.1 Вихідні дані

Перед тим, як розробити проект, було зроблено аналіз території на якій розташований торговий центр Блокбастер. Об'єкт знаходиться в Києві по вулиці Степана Бандери, 34В (Рис. 3.1.1., 3.1.2., 3.1.3).

Для розробки проекту було обрано кінотеатр, який знаходиться в торговельному комплексі Блокбастер.

Кінотеатр включає зали для перегляду кінофільму, це надсучасний 8-ми зальний кінотеатр, де глядачі можуть поринути у всесвіт кіно з прогресивними кінотехнологіями!

Також на території кінотеатру працюють кіномаркет, кафе, ресторан, зали для куріння, гардеробна та три санвузли, один з яких обладнаний для інвалідів.

По всій території надається безкоштовний Wi-Fi доступ.

Також за для безпеки відвідувачів та працівників кінотеатру, кінотеатр обладнаний системою відеоспостереження.

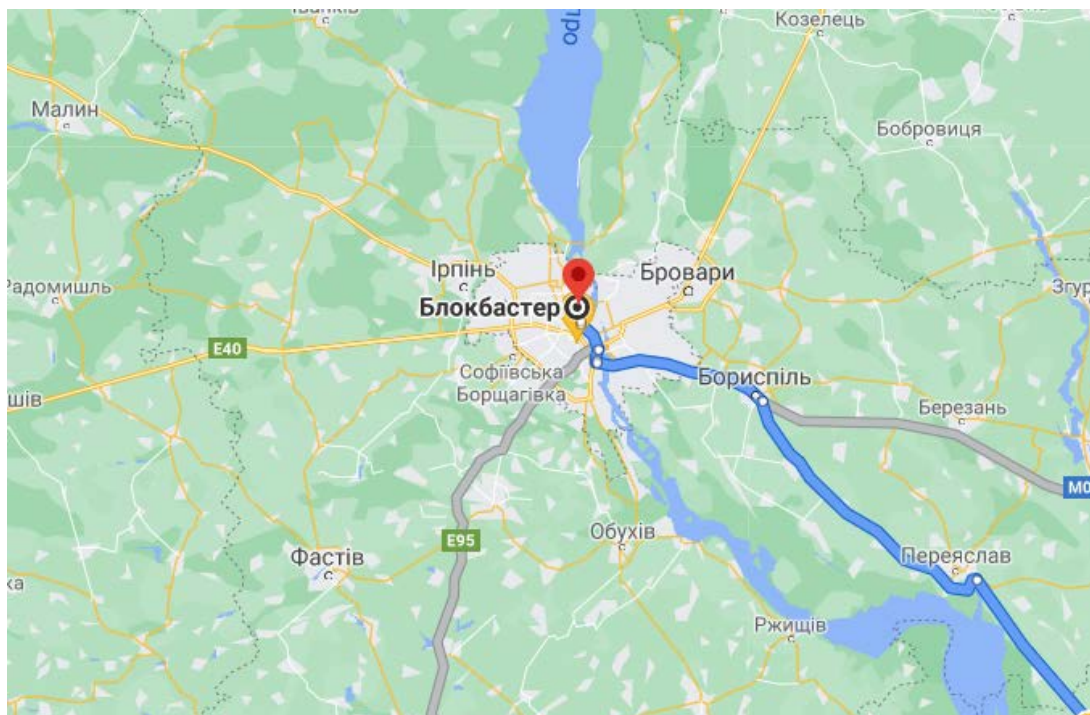


Рис. 3.1.1. Ситуаційний план, траси Блокбастер

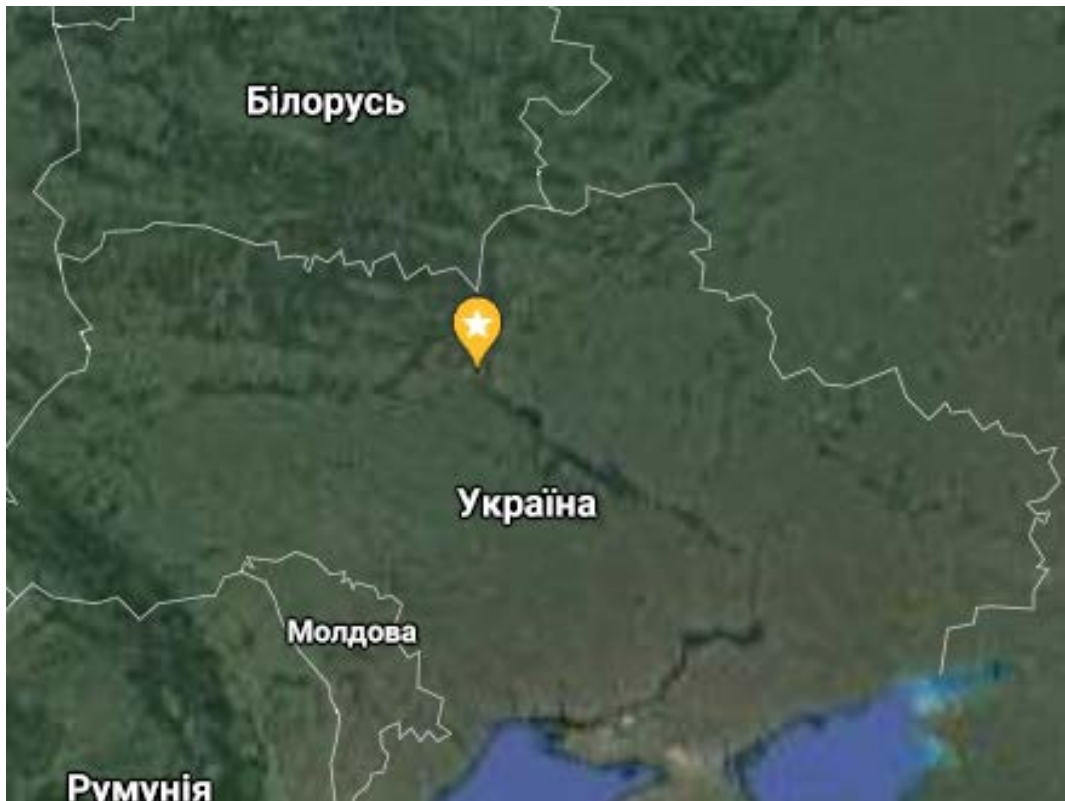


Рис. 3.1.2. Ситуаційний план, трц Блокбастер на карті України

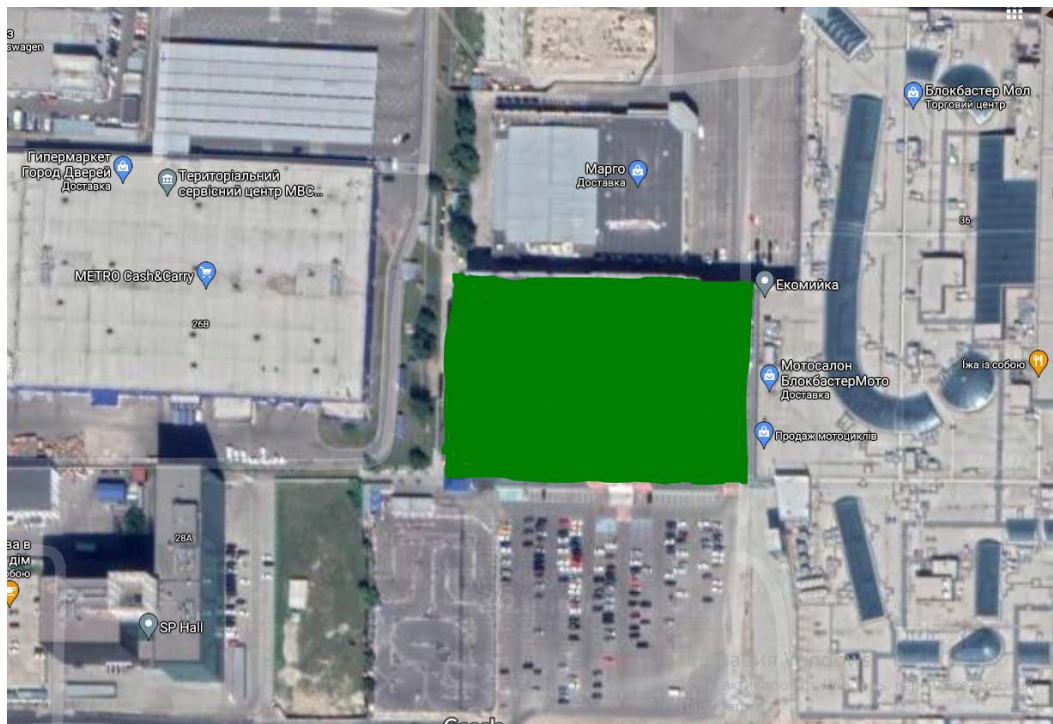


Рис. 3.1.3. Ситуаційний план

3.2 Об'ємно – планувальне рішення

Проводився демонтаж будівлі кінотеатру, були демонтовані усі перегородки для більш зручного транзиту та збільшено простір для розміщення більшої кількості посадкових місць в ресторані та кафе. Також проводився демонтаж дверей (рис. 3.2.1).

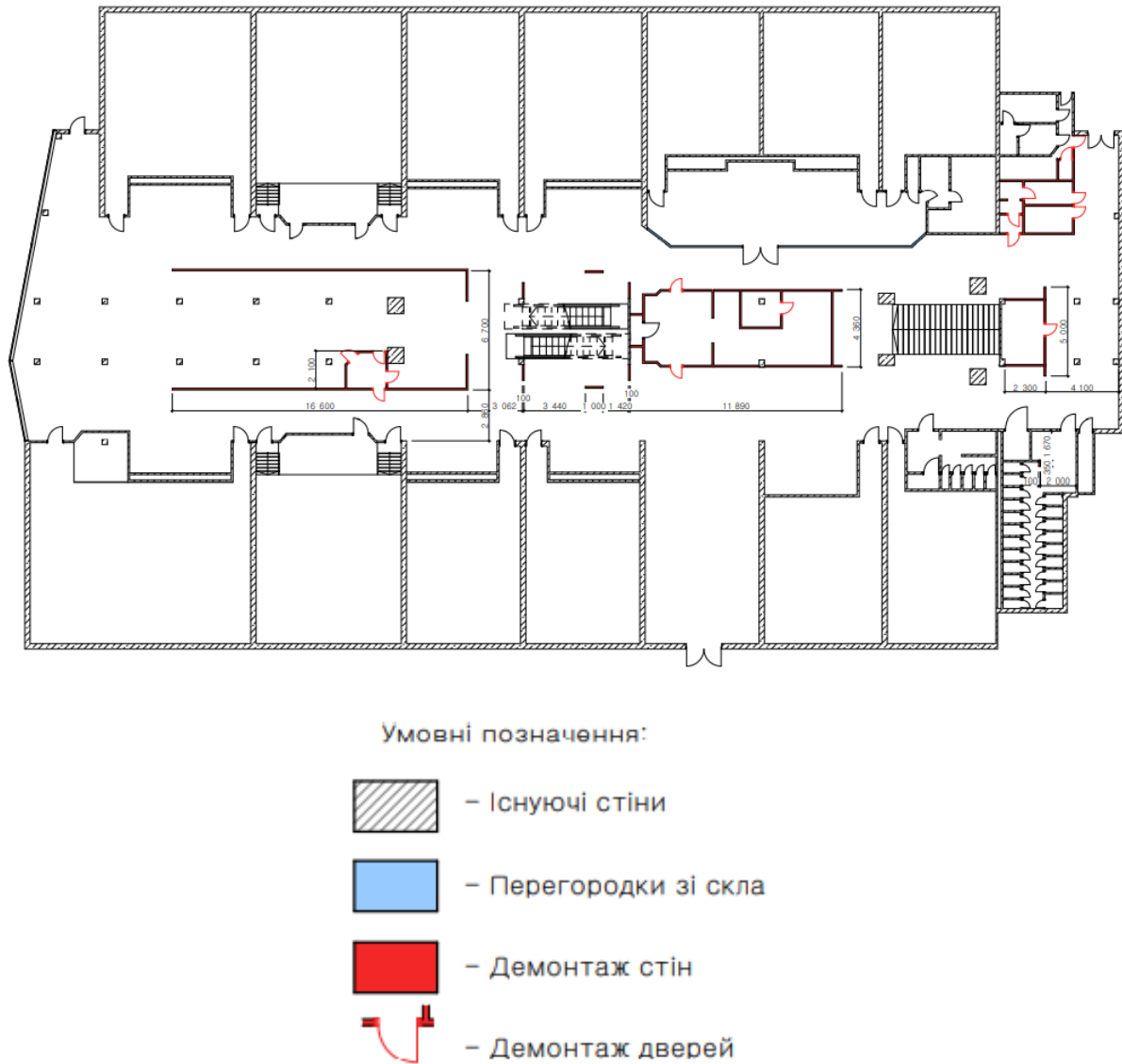


Рис. 3.2.1. Схема демонтажу перегородок кінотеатру

Потрапити до кінотеатру можна через центральний вхід. Глядацький комплекс включає: зали для глядачів, касовий вестибюль із приміщеннями кас, ресторан, кафе та кіномаркет.

Після придбання квитка клієнт може йти до зали очікування, або ж почекати показ фільму в ресторані чи кафе. Для любителів перекусити під час кіносеансу, на території кінотеатру працює кіномаркет. За потреби гість сам оберає зал який йому сподобався (Рис. 3.2.2).

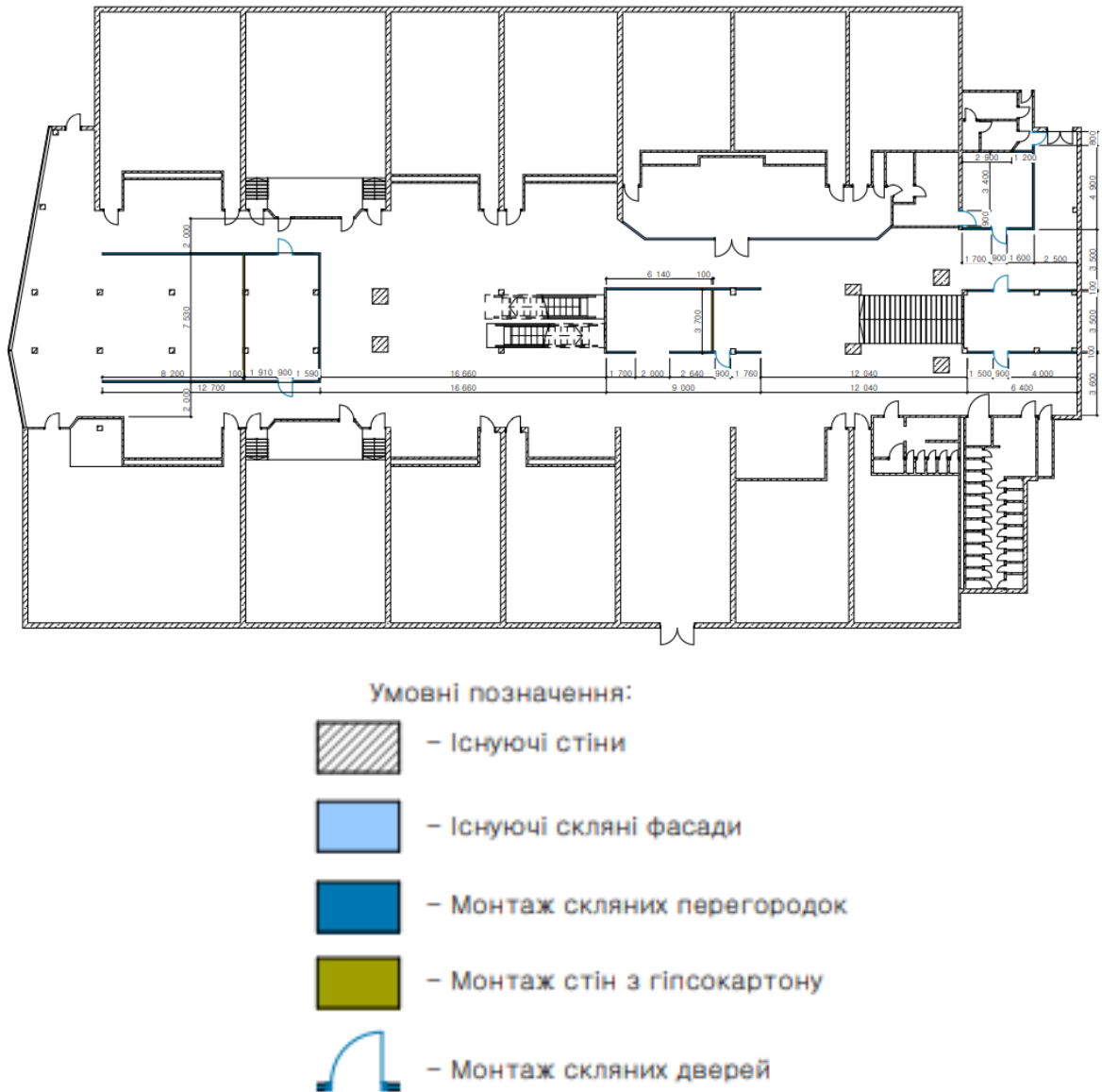
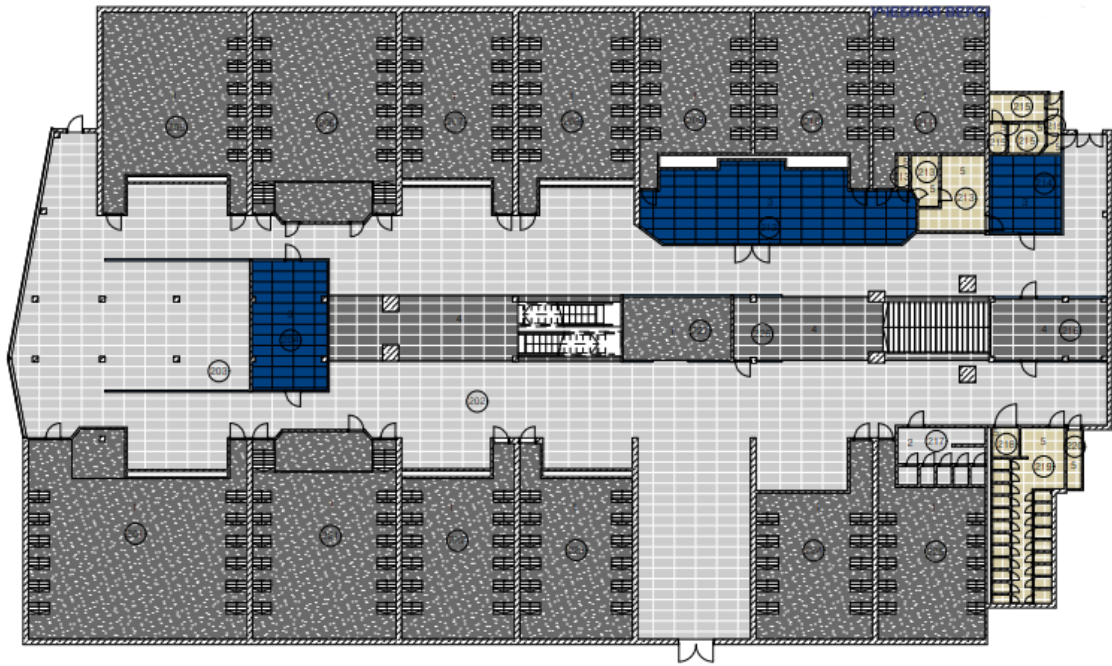


Рис. 3.2.2. Схема монтажу перегородок кінотеатру

Підлога в кінотеатрі виконана з декількох видів керамічної плитки та ковроліну. Всі вісім кінозал мають покриття – ковролін. Транзитна зона, фойє, зона прийому їжі, робочі зони працівників, склади де знаходяться продукти для кухні та санвузли мають покриття керамічної плитки фірми Atlas Concorde Blaze Iron (Рис. 3.2.3).



Умовні позначення:









-  – Існуючі стіни
-  – Нові зведені скляні перегородки
-  – Нові зведені стіни з ГК
-  – Ковролін
-  – Плитка AtlasConcorde_Blaze_Aluminium 1500•75
-  – Плитка AtlasConcorde_Blaze_Iron 1500•75
-  – Плитка AtlasConcorde_Blaze_Verdigris 1200•50
-  – Плитка KALAKITO IVORY 600•600

Рис. 3.2.3. План типів маркування підлоги

На плані з умеблюванням, ми можемо бачити експлікацію та розміщення меблів в зонах кінозалів та інших зонах (Рис. 3.2.4.).

Умовні позначення:



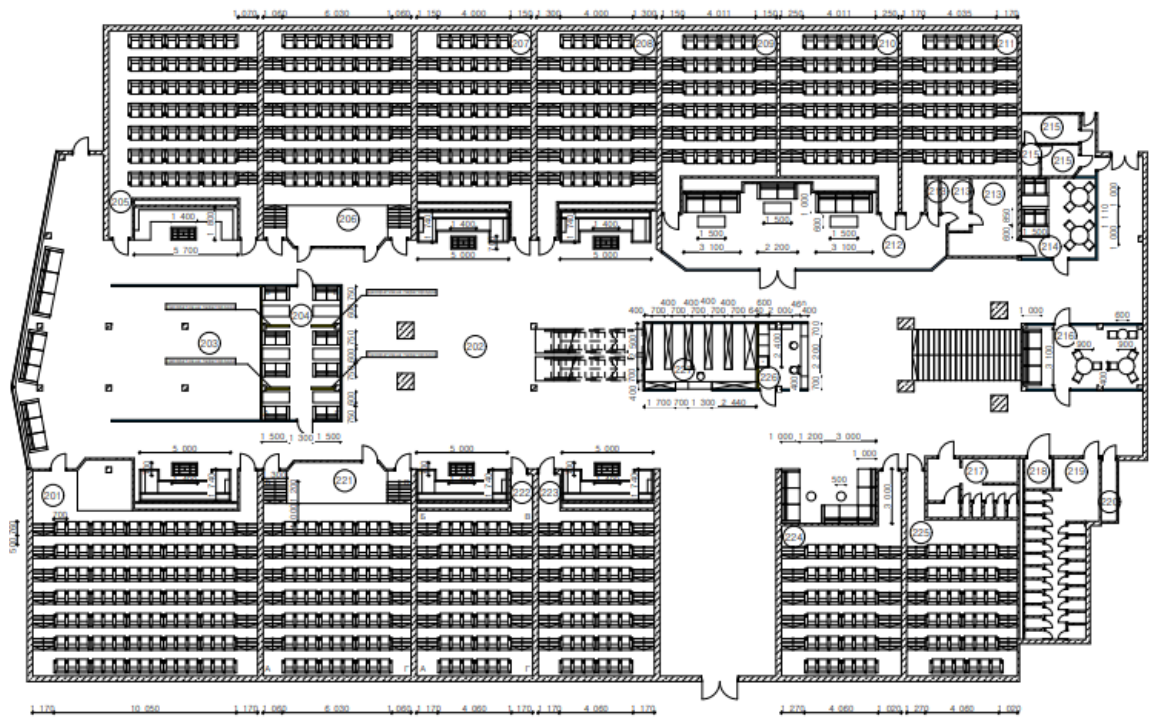
- Існуючі стіни



- Нові зведені скляні перегородки



- Нові зведені стіни з ГК



Експлікація приміщень

	Найменування	Площа
201	Зал ІМАК	138,71
202	Транзитний зал + зал очікування	618,24
203	Кінотеатр	50,96
204	Кафе	31,10
205	Зал 40X	80,50
206	Зал 1	83,06
207	Зал 2	61,42
208	Зал 3	64,24
209	ЛОХ 1	52,51
210	ЛОХ 2	54,19
211	ЛОХ 3	53,55
212	Ресторан	80,61
213	Кухня	18,18
214	Кафе	18,04
215	Технічне приміщення	13,09
216	Зал для курців	22,77
217	Санвузол чоловічий	14,90
218	Санвузол для інвалідів	2,50
219	Санвузол жіночий	30,28
220	Склад	2,85
221	Зал 8	82,11
222	Зал 7	60,64
223	Зал 6	60,64
224	Зал 5	58,40
225	Зал 4	55,13
226	Каса	9,80
227	Гардероб	22,03
	Загальна площа	1817,54

Рис. 3.2.4. План після перепланування з умеблюванням

Покрівля центру складається з трьох шарів: бетон, вискоєфективний утеплювач Izovol товщиною 15-20см і декоративна підшивка з профільованого металу. Перекриття – залізобетонні.

Вся стеля є гіпсокартоною, пофарбованою в чорний колір. За для зручності було обрано, освітлювальні прилади які мають приємне світло та зручне використання, а саме, підвісні світильники які розташовані в залах показу кіно.

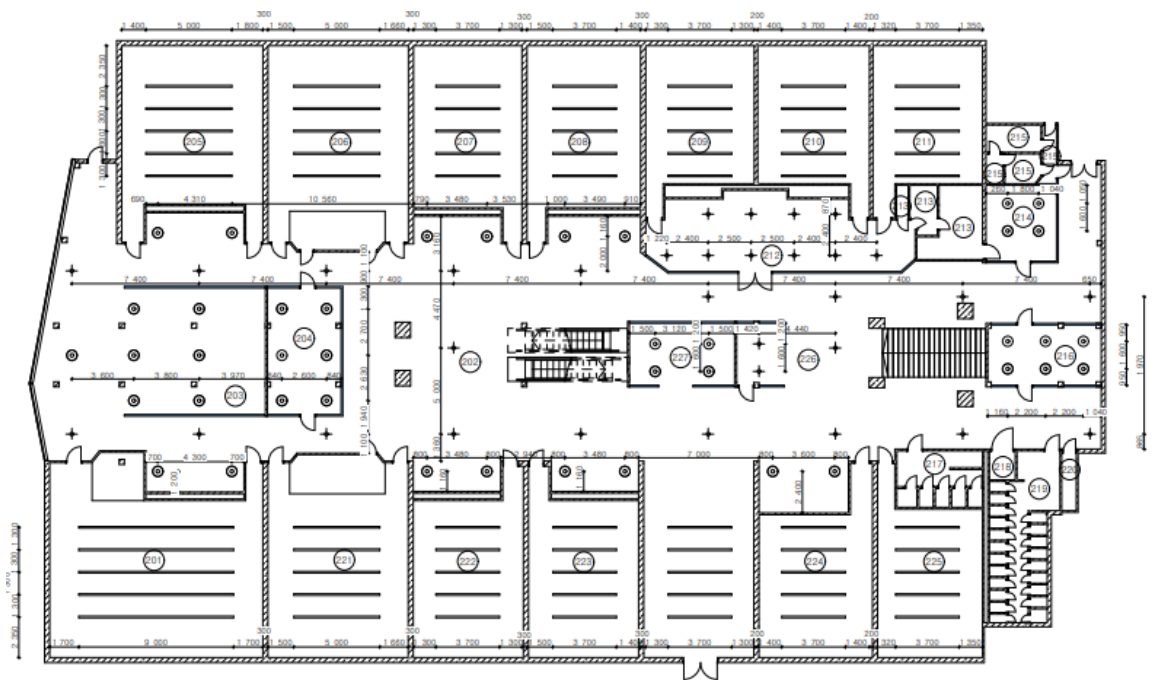
Та люстри двох видів, які показані на плані (Рис. 3.2.5.), в зонах прийому їжі, в залах очікування та транзитних зонах.

В кінотеатрі планується проведення будь-яких творчих зустрічей та конференцій, тому передбачено дворівневе освітлення сцени.







Перший рівень освітлення сцени – освітлення завіси екрану світловими приладами з кожного боку сцени.

Це освітлення необхідне тому, що верхнього освітлення недостатньо для "залиття" завіси сцени світлом, і сцена виходить в темній ніші, що трохи дратує глядача, тому що не створює ефекту врівноваженості світла.

Другий рівень освітлення сцени – трьома прожекторами по кожній стороні з глибини залу (1 / 3 залу від екрана) – освітлення безпосередньо передекранного простору сцени (для освітлення ведучих та учасників заходів на сцені)



Умовні позначення:

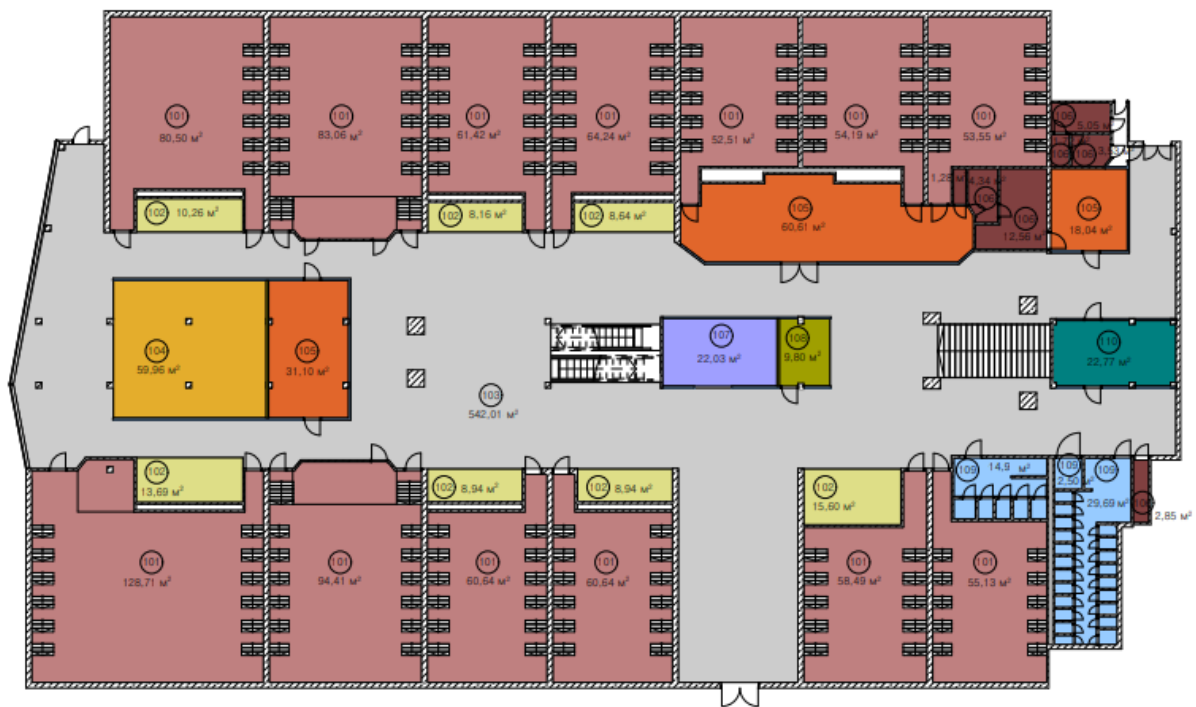
-  – Існуючі стіни
-  – Нові зведені скляні перегородки
-  – Нові зведені стіни з ГК
-  – Підвісні світильники
-  – Люстра 30 шт.
-  – Люстра 41шт.

Стеля гіпсокартонна, пофарбована



Рис. 3.2.5. План стелі з розташуванням освітлювальних приладів

3.3. Функціональне зонування об'єкту проектування



Експлікація функціональних зон

	Найменування	Площа
101	Зона перегляду	907,49
102	Зона очікування	74,23
103	Транзитна зона	542,01
104	Маркет	59,96
105	Обідня зона	109,69
106	Технічна зона	31,33
107	Зона обслуговування	22,03
108	Зона продажу квитків	9,80
109	Зона санвузлів	47,09
110	Зона для курців	22,77
Загальна площа		1817,54

Умовні позначення:




-  – Існуючі стіни
-  – Нові зведені скляні перегородки
-  – Нові зведені стіни з ГК

Рис. 3.3.1. Функціональне зонування кінотеатру

Кінотеатр функціонально розділений на зони:

- зона перегляду
- транзитна зона
- зона очікування
- маркет
- сантехнічна зона
- обідня зона

- технічна зона
- зона обслуговування
- зона продажу квитків
- зона для курців

3.4. Концепція дизайну кінотеатру

Основна ідея полягає в створенні інтер'єрів, які забезпечать не тільки красу, зручність і комфорт для відвідувачів, але й інші форми проведення вільного часу відпочивальників.

Мета – забезпечення не тільки комфортного перебування на території кінотеатру, але й забезпечення ефективного відпочинку.

Чинники, які необхідно врахувати:

- створення інтер'єрів стилізованих і уніфікованих по основних елементах, які мають забезпечити комфортні умови відвідувачам;
- забезпечення естетичних і ергономічних умов щодо перебування людей на території кінотеатру;
- використання сучасних та екологічно чистих матеріалів;
- забезпечення безпеки в зоні відпочинку;
- гармонізація – стильова, архітектурна, планувальна ;
- використання сучасних матеріалів, які забезпечать теплоізоляцію і довговічність;
- фірмовий стиль всіх елементів інтер'єру, а саме сучасний стиль фьюжн;

Якщо кінозал – це серце кінотеатру, то фойє, безумовно, його обличчя. І від того, наскільки зручно розташоване фойє, наскільки привабливо воно оформлене, залежить перше враження глядача

Важливим чинником організації комфорту для глядача є наявність гардеробу. Він знаходиться між касою та залом очікування.

Фірмовий стиль кінотеатру повинен привертати увагу, пояснювати, чому заклад краще за інших, і спонукати до його відвідування.

Відповідно, фірмова гамма містить чорний і білий колір, додаткові - коричневий і зелений.

В їх гамі і стилі проводиться ідея, що кінематографія практично синонім феєрверку емоцій, калейдоскопа подій. Емоції і події постійно змінюються і не мають кордонів[11].

Для відвідувачів, які чекають початку свого сеансу, є зона відпочинку поряд з великим кінозалом зліва від головного входу та кінобар, що знаходиться ліворуч від головного входу



Рис. 3.4.1. Глядацький зал №7



Рис. 3.4.2. Глядацький зал №7



Рис. 3.4.3. Глядацький зал №7



Рис. 3.4.4. Глядацький зал №8



Рис. 3.4.5. Глядацький зал №8

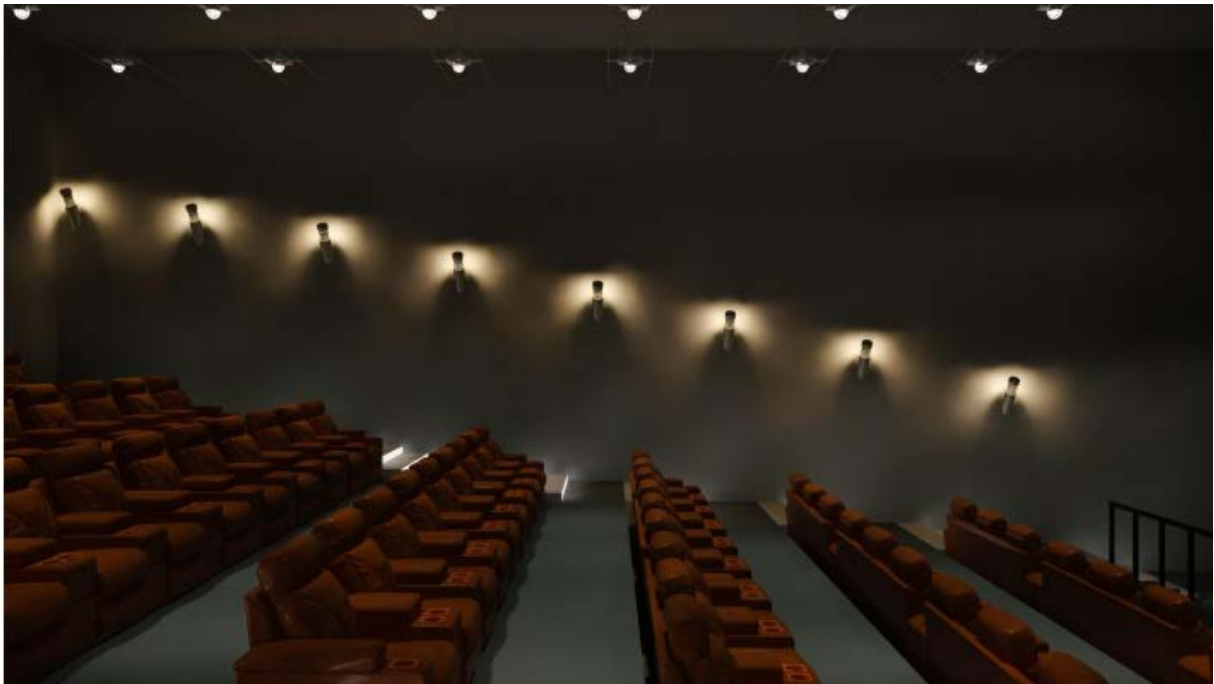


Рис. 3.4.6. Глядацький зал №8

В інтер'єрі кінотеатру витриманий стиль ф'южн, який об'єднує в собі – хай – тек і мінімалізм.

У основі цього стилю лежить поєднання несумісного. Як форм, так і колірної гамми.

Не дивлячись на усі протиріччя, ф'южн користується величезною популярністю і з кожним днем у нього з'являється усе більша кількість прибічників. Він увібрав в себе усі стилі одночасно. Хай-тек уживається з романтизмом, а бароко і постмодернізм йдуть рука в руку[23].

Улаштовувавши інтер'єр в стилі ф'южн, не доведеться дотримуватися одного напрямку, а можна сміливо поєднувати всі вподобані деталі.

Ф'южн має на увазі під собою співіснування двох і більше стилів разом. Ніяким чином не заважаючи один одному, а доповнюючи і створюючи затишний інтер'єр. Але створений колаж має бути осмисленим і логічно закінченим, як і в будь -якому іншому стилі.

Ф'южн припускає наявність величезної кількості кольорних відтінків в інтер'єрі і великої кількості елементів декору. Відсутність якої-небудь

площини, тобто зовсім необов'язково дотримувати чіткі вертикальні або горизонтальні лінії



Рис. 3.4.7. Зала кафе

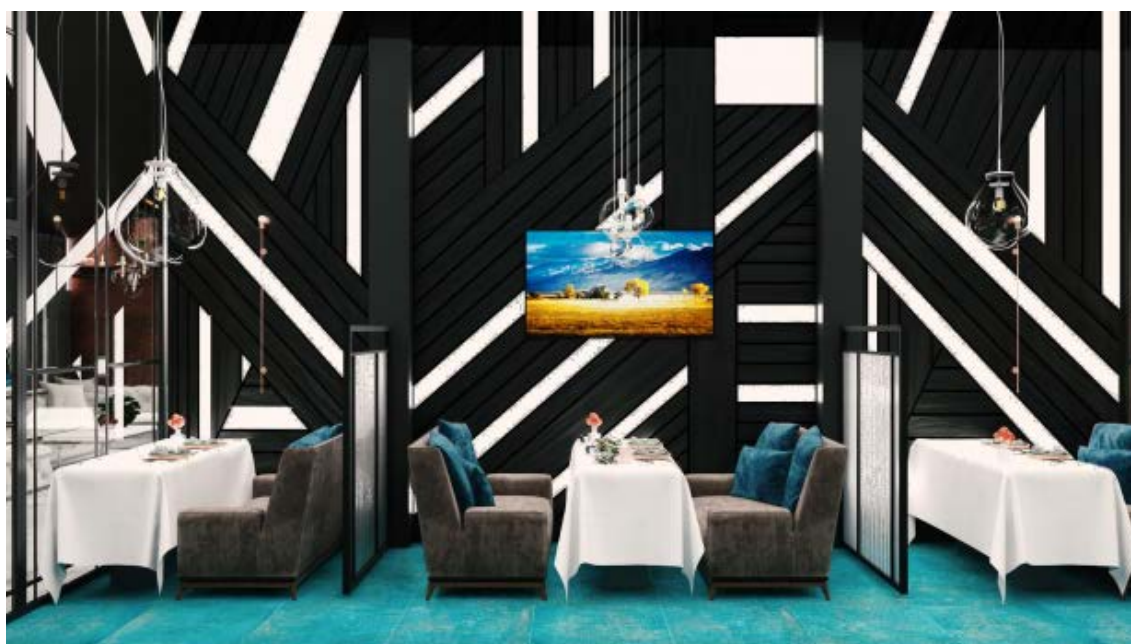


Рис. 3.4.8. Зала кафе



Рис. 3.4.9. Зала кафе

Колір є важливим фактором формування та сприймання інтер'єру, фізіологічно, психологічно та естетично впливає на людину відповідно з функціональним призначенням інтер'єру.

Колір може створюватись штучно: фарбуванням поверхні та окремих деталей або оздоблювальними матеріалами.

Колір матеріалів в інтер'єрі кінотеатру може зберігатися природнім або змінюватись оздобленням або фарбуванням.

Кольорове сприйняття людей залежить не тільки від власних емоційних характеристик кожного кольору, але і від наших суб'єктивних здібностей переживати той чи інший колір [22].

Розглянувши кольорову гаму властиву цим стилям, в проєкті кінотеатру використано такі кольори:

- білий;
- чорний;
- голубий;
- коричневий;
- зелений;
- графіт;

Вибрані крісла з достатнім демпфуванням, щоб вони не давали відображень на екран. Нижня поверхня їх також із демпфуванням.

Крім того, крісло не змінює своїх акустичних властивостей при наявності в ньому глядача.

Значним фактором, що впливає на комфортабельність кінозалу і відповідно на відвідування кінотеатру є відстань між рядами.

У цьому питанні необхідний компроміс між кількістю глядацьких місць і зручністю для глядача. Вузькі проходи між рядами створюють значні незручності і викликають роздратування сидячих глядачів, коли інші глядачі проходять до своїх місць.

У той же час дуже широкі проходи істотно зменшують кількість глядацьких місць у залі.

Важливим чинником вирішення цього компромісу є те, що в кінотеатрі, обладнаному багатоканальними системами відтворення фонограм, відсутні центральні проходи по залу (так як центральна вісь залу найбільш оптимальна для сприйняття звукового та образотворчого ряду кінофільму).

Безумовно, важливим є відповідність крісел нормам пожежної безпеки. Всі крісла, що встановлюються в залі, мають спеціальний сертифікат безпеки.



Рис. 3.4.10. Коридор



Рис. 3.4.11. Зона відпочинку

Для даного проекту також було розроблено ансамбль, який складається з дивану, журнального столика та декоративної полички(Рис. 3.4.12, 3.4.13, 3.4.14).

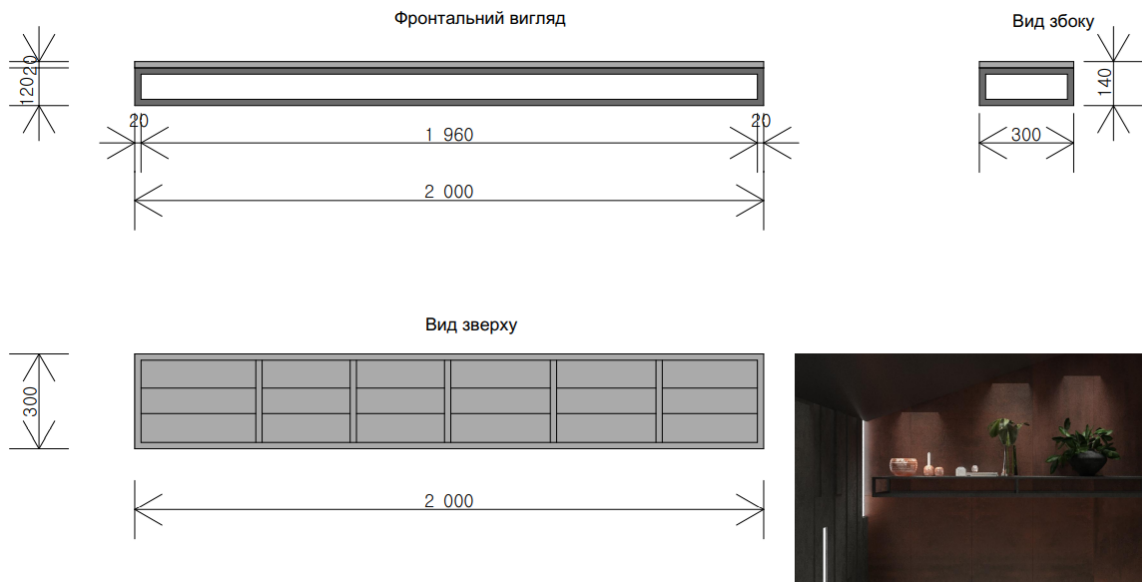


Рис. 3.4.12. Розробка ансамблю. Креслення полиці.

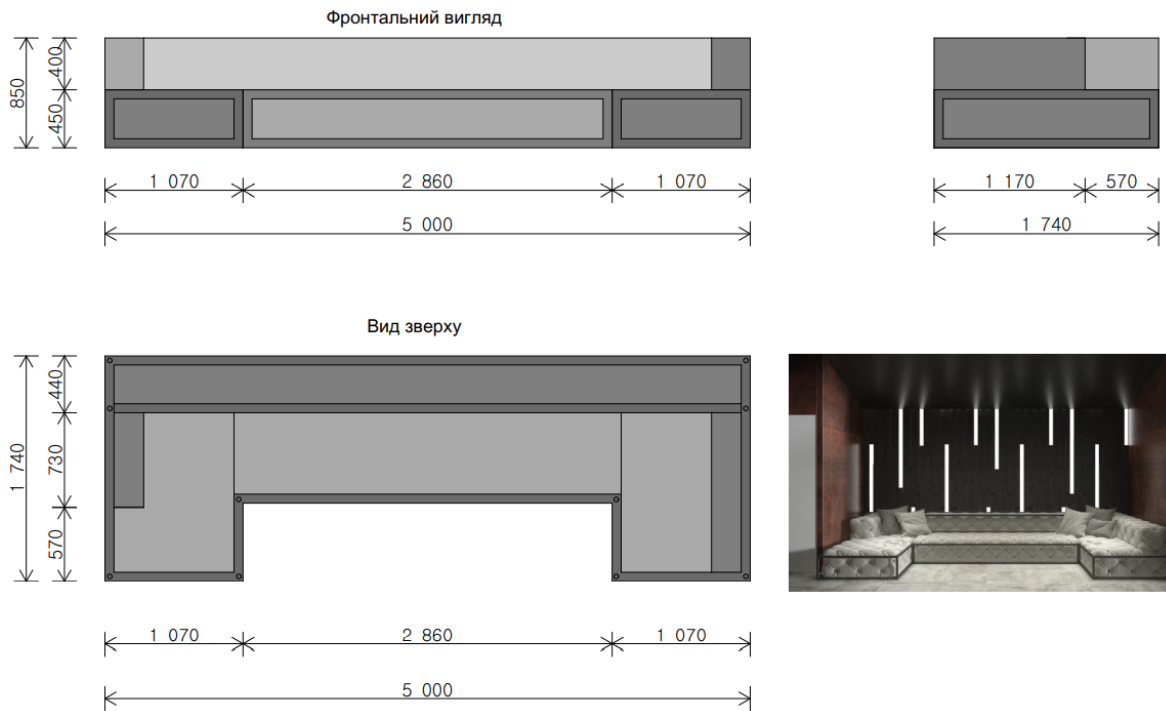


Рис. 3.4.13. Розробка ансамблю. Креслення дивану.

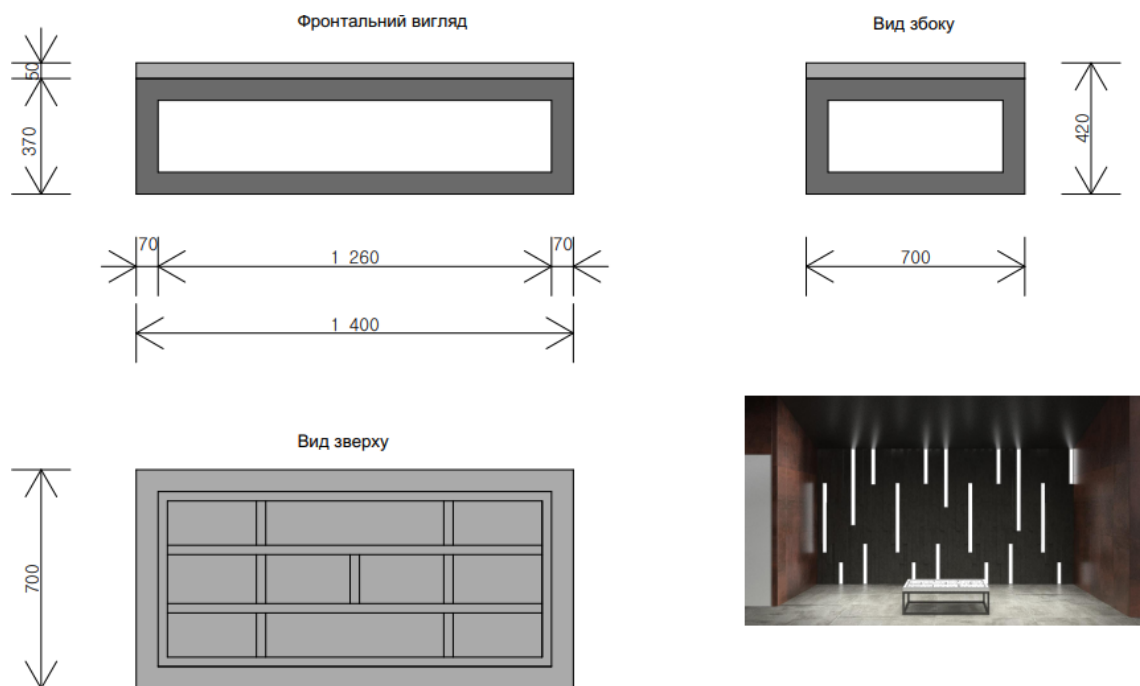


Рис. 3.4.14. Розробка ансамблю. Креслення журнального столу.



Рис. 3.4.15. Транзитна зона

Висновки до третього розділу

Основна ідея полягає в створенні інтер'єрів, які забезпечать не тільки красу, зручність і комфорт для відвідувачів, але й інші форми проведення вільного часу відпочивальників.

Запроектований кінотеатр цікавий тим, що на відміну від інших сучасних реконструйованих кінотеатрів, був повністю спроектований та побудований за новітніми технологіями світового рівня. Кінотеатр оздоблений висококласним обладнанням: звуковою системою JBL, процесорами Dolby та проекційним обладнанням Kinoton, а також удосконаленою системою.

Мета – забезпечення не тільки комфортного перебування на території кінотеатру, але й забезпечення ефективного відпочинку.

Чинники, які необхідно врахувати:

- створення інтер'єрів стилізованих і уніфікованих по основних елементах, які мають забезпечити комфортні умови відвідувачам;
- забезпечення естетичних і ергономічних умов щодо перебування людей на території кінотеатру;
- використання сучасних та екологічно чистих матеріалів;
- забезпечення безпеки в зоні відпочинку;
- гармонізація – стильова, архітектурна, планувальна ;
- використання сучасних матеріалів, які забезпечать теплоізоляцію і довговічність;

В інтер'єрі кінотеатру витриманий стиль ф'южн, який об'єднує в собі – хай – тек і мінімалізм.

У основі цього стилю лежить поєднання несумісного. Як форм, так і колірної гамми.

Кольорове сприйняття людей залежить не тільки від власних емоційних характеристик кожного кольору, але і від наших суб'єктивних здібностей переживати той чи інший колір.

Розглянувши кольорову гаму властиву цим стилям, в проекті кінотеатру використано такі кольори:

- білий;
- чорний;
- голубий;
- коричневий;
- зелений;

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Ходити в кіно стало модно. Тим більше, коли з'явилися кінотеатри нового покоління, оснащені на рівні світових стандартів.

Сьогодні у кожного кінотеатру своя специфіка і своя цільова аудиторія. Одні орієнтовані на молодь, інші – на кіноманів, для яких показують в основному експериментальні кінострічки, не затребувані масовим глядачем, третій розрахований на середню людину, яка ходить у кіно не стільки дивитися фільм, скільки просто відпочивати.

Проаналізовані проблеми та тенденції оновлення закладів відпочинку, а саме кінотеатрів, застосування методів та прийомів створення комфортного перебування відвідувачів, можна виділити головні фактори:

1. Інтер'єр будь-якого приміщення кінотеатру повинен створювати екологічний, функціональний і естетичний комфорт.
2. Функціональний комфорт в основному забезпечується оптимальним набором меблів і устаткування. Меблі є одним з активних компонентів у формуванні інтер'єрів багатьох приміщень кінотеатру.
3. Загальна концепція дизайну інтер'єру повинна бути спрямована на організацію комфортного і доступного проведення часу на території кінотеатру.

Список літератури

1. Агостон Ж. М. Теория цвета и ее применение в искусстве и дизайне / Ж. М. Агостон— М.: Техническая эстетика, 1982. — 184 с.
2. Головаха Є.І. Минуле, сьогодні і майбутнє українського кінематографа в дзеркалі громадської думки/ Є.І. Головаха//Дзеркало тижня. – 2003. – 23-29 серпня. – №32
3. Оборудование для кинотеатров, проектирование кинотеатров. – <http://install.soundmaster.ua>
4. Нойферт П. «Проектирование и строительство.: перев. с нем./П. Нойферт, Л. Нефф. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: узд. «Архитектура-С», 2005. – 264 с.
5. Кинобар как концепция. – <http://muztorg-contract.ru/sdelat/kinobar>
6. Гостев В.Ф. Проектирование городов, садов и парков/В.Ф. Гостев, Н.Н.Юскевич. – М.: Стройиздат, 1991. –340 с
7. Справочник проектировщика. Градостроительство; под редакцией проф. В.Н. Белоусова. – М.: Стройиздат, 1990. – 370с.
8. Стармер А. «Цвет. Энциклопедия»/А. Стармер. – изд. Арт-Родник, 2007.
9. Гнедовский Ю., Савченко М. Кинотеатры. (Основы проектирования). — М., 1968.
10. Качерович А. Н. и Хомутов Е. Е. Акустика и архитектура кинотеатра. — М., 1961.
11. Борис Сорокоумов. Современный российский кинотеатр // «Техника и технологии кино» : журнал. — 2010. — № 6. — С. 22—29
12. Е. М. Голдовский. Основы кинотехники / Л. О. Эйсымонт. — М.: «Искусство», 1965. — 636 с.
13. Иофис, Е. А. Фотокинетика / И. Ю. Шебалин. — М. : Советская энциклопедия, 1981. — С. 135—136. — 447 с.
14. ДБН В.2.2-9-2009 Громадські будинки і споруди. Основні положення. – К. : Мінрегіонбуд України, 1992. – 47 с.

15. ДБН В.2.5-28-2006. Природне та штучне освітлення.
16. ДСН 3.3.6-037-99. Державні санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку.
17. ДБН В.2.2-23:2009 Підприємство торгівлі. – К. : Мінрегіонбуд України, 2009. – 48 с.
18. Абызов В. А. Прогрессивная планировочная структура торговых зданий / В. А. Абызов, А. А. Гайдученя // Строительство и архитектура. – 1982. – № 4. – С. 17–19
19. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2001. – 656 с. – ISBN: 5-87983-101-9.
20. Праслова В. О. Архітектурно-планувальна організація підземних торговельно-розважальних комплексів : автореф. дис. ... д-ра арх. : спец. 18.00.02 / В. О. Праслова ; Київ. нац. ун-т буд-ва і архіт. – К., 2010. – 20 с.
21. Мунипов В. М. Эргономика: человекоориентированное проектирование техники, программных средств и среды / В. М. Мунипов, В. П. Зинченко — М.: Логос, 2001. — 356 с.
22. Цвет в интерьере / Пономарева Е.С.. – М.: Высшая школа, 1995. — 167 с.
23. Розенсон І.А. Основы теории дизайна / І.А . Розенсон — М., 2006. — 224 с.
24. Соболев Н. Н. Стили в мебели / — М.: Сварог, 1995. — 349

ДОДАТОК