



Διακοσμητική Σύνθεση Μακέτα



Γ' ΕΠΑ.Λ.



ΤΟΜΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ - ΜΑΚΕΤΑ

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΡΧΙΚΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ

ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ:

Αλεξάνδρα Θεοδωρίδου,
Διακοσμήτρια, Εκπαιδευτικός
Ανατολή Κυριακίδου,
Αρχιτέκτων μηχαν., Εκπαιδευτικός
Πολυξένη Σύρμογλου,
Διακοσμήτρια, Εκπαιδευτικός

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΡΙΑ:

Πέλλα Πλουμίδου
Αρχιτέκτων μηχαν., Εκπαιδευτικός

ΚΡΙΤΕΣ:

Μαρία Καφρίτσα
Αρχιτέκτων μηχαν.
Μαρία Πίκη
Αρχιτέκτων μηχαν., Εκπαιδευτικός
Βασιλική Πιτυρίγκα
Αρχιτέκτων μηχαν., Εκπαιδευτικός

ΓΛΩΣΣΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ:

Μαρία Πολυζώη
Φιλολόγος

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΕΙΜΕΝΩΝ:

Χριστούλα Κατσιακαρέλλη

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ & ΠΙΝΑΚΩΝ

Α. Θεοδωρίδου, Α. Κυριακίδου, Π. Σύρμογλου

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΟΠΟΙΗΣΗ

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΞΩΦΥΛΛΟΥ

Κική Χούρου, Earth Design

ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΙ - FILM

Reprotime S.A

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2. 3. 2.: «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ Τ.Ε.Ε. ΚΑΙ Σ.Ε.Κ.»

ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ

*Σταμάτης Αλαχιώτης, Καθηγητής Γενετικής Πανεπιστημίου Πατρών
Πρόεδρος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου*

Έργο: «Βιβλία Τ.Ε.Ε.»

Επιστημονικός Υπεύθυνος του Έργου:

Γεώργιος Βούτσινος, Σύμβουλος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου

Υπεύθυνη του Τομέα Εφαρμοσμένων Τεχνών:

Βίκα Α. Γκιζελή, Σύμβουλος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΑΝΕΚΔΟΣΗΣ

Η επανέκδοση του παρόντος βιβλίου πραγματοποιήθηκε από το Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών & Εκδόσεων «Διόφαντος» μέσω ψηφιακής μακέτας.

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Αλεξάνδρα Θεοδωρίδου

Ανατολή Κυριακίδου

Πολυξένη Σύρμογλου

Η συγγραφή και η επιστημονική επιμέλεια του βιβλίου πραγματοποιήθηκε
υπό την αιγίδα του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου

ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ – ΜΑΚΕΤΑ

Γ' ΕΠΑ.Λ.

Ειδικότητα: Σχεδιασμού - Διακόσμησης Εσωτερικών Χώρων

ΤΟΜΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΕΩΝ
«ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ»

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το μάθημα “**Διακοσμητική Σύνθεση - Μακέτα**” έχει μεγάλη συνάφεια με άλλα μαθήματα της ειδικότητας του Σχεδιασμού Εσωτερικών Χώρων και αποτελεί, κατά κάποιον τρόπο, ένα είδος εφαρμογής τους. Σχετίζεται, π.χ., με τις γνώσεις που αποκτά ο μαθητής από τις «Αρχές Σύνθεσης» της Α΄ τάξης του 1ου Κύκλου ή από το μάθημα της Α΄ τάξης του 2ου Κύκλου «Σχεδιασμός Επαγγελματικών χώρων».

Ο πολλαπλός χαρακτήρας και αυτού του μαθήματος είναι εμφανής: Καταρχάς, αναφέρεται σε γνωστικά ζητήματα λειτουργικότητας και αισθητικής της οργάνωσης του χώρου, και ιδιαίτερα του εσωτερικού χώρου, δηλαδή στη σύνθεση επιμέρους στοιχείων κατά τη διαμόρφωση των επαγγελματικών χώρων, αλλά και στη μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος. Με κατασκευαστικά σχέδια και σχέδια λεπτομερειών παριστάνονται οι βιτρίνες, οι προσόψεις και οι υπαίθριοι χώροι διαφόρων καταστημάτων και χώρων αναψυχής.

Στο σημείο όμως αυτό χρειάζεται μια διευκρίνιση:

Η λεγόμενη διακοσμητική σύνθεση δεν είναι κάτι ξεχωριστό από το έργο του αρχιτέκτονα και δεν πρέπει να διαχωρίζεται από τη συνολική σύλληψη, οργάνωση και σχεδιασμό του χώρου, εσωτερικού και εξωτερικού. Επομένως, αποτελεί αντικείμενο αποκλειστικά του ειδικού. Ωστόσο, οι επαγγελματίες των οποίων η δουλειά σχετίζεται -με τον ένα ή με τον άλλο τρόπο- με την αρχιτεκτονική σύλληψη οφείλουν όχι βέβαια να υποκαθιστούν τον αρχιτέκτονα, αλλά να γνωρίζουν να συνδιαλέγονται μαζί του και με το έργο του, που σημαίνει να γνωρίζουν τις βασικές αρχές σύνθεσης του εσωτερικού χώρου, έτσι ώστε και η δική τους δουλειά να μπορεί να εντάσσεται ομαλά και εποικοδομητικά στο αρχιτεκτόνημα, να μην προδίδει το πνεύμα του, αλλά, αντιθέτως, να αναδεικνύει τις αρχές με τις οποίες αυτό σχεδιάστηκε. Ακόμη και το απλό βάψιμο ενός τοίχου, μπορεί να θεωρηθεί ως ένα σύνθετο έργο, που άλλοτε φανερώνει καλαισθησία και σιγουριά και άλλοτε κακογουστία ή αμηχανία.

Το πρώτο, επομένως, μέρος του βιβλίου αποτελεί ένα είδος εισαγωγής του κύριου μέρους, που ακολουθεί στη συνέχεια και που είναι: οι μαθητές να αποκτήσουν τη δεξιότητα που απαιτείται για να αποδίδουν μια πρόταση στον (τριδιάστατο) χώρο, δηλαδή να κατασκευάζουν μια τρισδιάστατη αναπαράσταση (ένα πρόπλασμα, μια μακέτα), περνώντας από όλες τις φάσεις της κατασκευής της με ακρίβεια, τέχνη, εκφραστικότητα και μαστοριά, και χρησιμοποιώντας τα κατάλληλα υλικά και εργαλεία. Η κατασκευαστική αυτή δουλειά θα είναι πραγματικά επιτυχής, αν έχουν συνειδητοποιήσει όλοι όσα αναφέρονται προκαταρκτικά στο πρώτο μέρος.

Έτσι, οι απόφοιτοι θα μπορούν είτε να εισέλθουν στην αγορά εργασίας στον τομέα της κατασκευής της μακέτας ως συνειδητοποιημένοι βοηθοί του αρχιτεκτονικού έργου είτε να συνεχίσουν σπουδές σε θεωρητικότερα και πιο ολοκληρωμένα σχήματα σπουδών για τη μελέτη, την οργάνωση και το σχεδιασμό του χώρου.

Απρίλιος 2001

Η Υπεύθυνη
του Τομέα Εφαρμοσμένων Τεχνών
του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου

Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

A.	ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
B.	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	13
B. 1	Η ΠΡΟΣΟΨΗ	13
B. 1.1	Παράγοντες που επηρεάζουν τη διαμόρφωση της πρόσοψης	13
B. 1.1.1	Η χωροθέτηση του επαγγελματικού χώρου	14
B. 1.1.2	Το είδος της επιχείρησης	14
B. 1.1.3	Το κοινό στο οποίο απευθύνεται	15
B. 1.1.4	Η έκταση και η μορφή της πρόσοψης	15
B. 1.2	Τα στοιχεία της πρόσοψης	19
B. 2	Η ΒΙΤΡΙΝΑ	20
B. 2.1	Η βιτρίνα ως μέσο επικοινωνίας	20
B. 2.1.1	Η ποσότητα των εκθεμάτων	22
B. 2.1.2	Τα υλικά	24
B. 2.1.3	Τα διακοσμητικά στοιχεία	25
B. 2.1.4	Η ποικιλία των χρωμάτων	26
B. 2.1.5	Ο φωτισμός των προϊόντων	27
B. 2.2	Εξωτερικές βιτρίνες	29
B. 2.2.1	Βιτρίνες μεγάλες - μικρές	29
B. 2.2.2	Βιτρίνες μονές - διπλές ή πολλαπλές	30
B. 2.2.3	Βιτρίνες ανοιχτές - κλειστές	33
B. 2.2.4	Βιτρίνες κατά μήκος ή προς το βάθος του καταστήματος	35
B. 2.3	Εσωτερικές βιτρίνες	38
B. 2.3.1	Εκθετήρια ανοιχτά - κλειστά	38
B. 2.3.2	Εκθετήρια παρουσίασης, προβολής και διαφήμισης	39
B. 2.3.3	Εκθετήρια επιδαπέδια, επιτραπέζια, επιτοίχια	41
B. 2.4	Οργάνωση και παρουσίαση εκθεμάτων	42
B. 2.4.1	Οι αρχές της σύνθεσης στη βιτρίνα	44
B. 2.4.2	Το χρώμα στο χώρο της βιτρίνας	47
B. 2.4.3	Εναλλακτικοί τρόποι πρόκλησης, ενδιαφέροντος	53

B. 2.4.4	Θέματα για διακόσμηση βιτρίνας	56
B. 2.5	Υλικά και κατασκευές στο χώρο της βιτρίνας	63
B. 2.5.1	Η οροφή	63
B. 2.5.2	Το δάπεδο και οι πλαϊνοί τοίχοι	63
B. 2.5.3	Ο πίσω τοίχος	64
B. 2.5.4	Κατασκευές παρουσίασης προϊόντων	67
B. 2.5.5	Οι κούκλες	70
B. 2.5.6	Διακοσμητικά στοιχεία	74
B. 2.6	Φωτισμός	78
B. 2.6.1	Τεχνητός φωτισμός	79
B. 2.6.2	Κριτήρια επιλογής λαμπτήρων και φωτιστικών σωμάτων	81
B. 2.6.3	Φωτισμός με οπτικές ίνες	84
B. 2.6.4	Ο φωτισμός της βιτρίνας	86
B. 3	Η ΕΙΣΟΔΟΣ	90
B. 3.1	Θέση - Διαστάσεις- Εργονομία	90
B. 3.2	Υλικά	92
B. 3.3	Πόμολο	94
B. 4	Η ΕΠΙΓΡΑΦΗ	95
B. 4.1	Περιεχόμενο	95
B. 4.2	Μέγεθος	96
B. 4.3	Η θέση της επιγραφής στο χώρο	97
B. 4.3.1	Επιγραφές με στήριξη στο κτίριο	97
B. 4.3.2	Επιγραφές με στήριξη στο δάπεδο	99
B. 4.4	Υλικά	99
B. 4.5	Χρώμα	100
B. 4.6	Η τεχνοτροπία	100
B. 4.7	Τρόπος φωτισμού	100
B. 5	ΤΑ ΣΤΕΓΑΣΤΡΑ	102
B. 5.1	Μορφή	104
B. 5.2	Υλικά	104
B. 6	ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ	105
B. 7	ΤΑ ΥΛΙΚΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	107

B. 7.1	Σοβάς με βαφές απλές ή με διάφορες τεχνικές	107
B. 7.2	Διακοσμητικό τούβλο	108
B. 7.3	Ξύλο	108
B. 7.4	Μέταλλο	110
B. 7.5	Φυσικές πέτρες: μάρμαρο, γρανίτης, σχιστόλιθος, πωρόλιθος	111
B. 7.6	Γυαλί, καθρέφτες, υαλότουβλο	112
B. 7.7	Γυψοσανίδα	112
B. 8	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΙΚΤΥΩΝ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	113
B. 9	ΦΩΤΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΟΨΗΣ	114
Γ.	ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ	117
Γ. 1	ΓΕΝΙΚΑ	117
Γ. 1.1	Τα στοιχεία που διαμορφώνουν τον εξωτερικό χώρο	117
Γ. 2	ΔΑΠΕΔΑ	118
Γ. 2.1	Φυσικά υλικά	120
Γ. 2.1.1	Πέτρες	120
Γ. 2.1.2	Γρανίτης	121
Γ. 2.1.3	Μάρμαρα	122
Γ. 2.1.4	Βότσαλα	122
Γ. 2.1.5	Ξύλο	122
Γ. 2.2	Βιομηχανικά υλικά	123
Γ. 2.2.1	Τυποποιημένα κομμάτια	124
Γ. 2.2.2	Χυτά προϊόντα	126
Γ. 3	ΖΑΡΝΤΙΝΙΕΡΕΣ	127
Γ. 3.1	Σταθερές ζαρντινιέρες	127
Γ. 3.2	Κινητές ζαρντινιέρες	127
Γ. 4	ΠΕΡΓΚΟΛΕΣ	129

Γ. 5	ΤΕΝΤΕΣ – ΕΛΑΦΡΑ ΣΤΕΓΑΣΤΡΑ	130
Γ. 6	ΚΙΓΚΛΙΔΩΜΑΤΑ	132
Γ. 6.1	Μεταλλικά κιγκλιδώματα	133
Γ. 6.2	Ξύλινα κιγκλιδώματα	133
Γ. 6.3	Κιγκλιδώματα διάτρητα (clostra')	134
Γ. 6.4	Κτιστά κιγκλιδώματα	135
Γ. 7	ΚΑΘΙΣΤΙΚΑ	136
Γ. 7.1	Μόνιμα καθιστικά	136
Γ. 7.1.1	Κτιστά καθιστικά	136
Γ. 7.1.2	Πακτωμένα καθιστικά	136
Γ. 7.2	Φορητά καθιστικά	137
Γ. 8	ΚΡΗΝΕΣ	138
Γ. 9	ΚΑΛΑΘΙΑ ΑΧΡΗΣΤΩΝ	139
Γ. 10	ΦΩΤΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΧΩΡΟΥ	140
Γ. 10.1	Φυσικός φωτισμός	140
Γ. 10.2	Τεχνητός φωτισμός	140
Γ. 11	ΦΩΤΙΣΤΙΚΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ	142
Δ.	ΜΑΚΕΤΑ	147
Δ. 1	ΙΣΤΟΡΙΚΑ	147
Δ. 2	Η ΠΛΑΣΤΙΚΗ ΜΑΚΕΤΑ	149
Δ. 3	ΕΙΔΗ ΜΑΚΕΤΑΣ	150
Δ. 3.1	Μακέτες εργασίας	150

Δ. 3.2	Μακέτες παρουσίασης	150
Δ. 4	Η ΚΛΙΜΑΚΑ ΣΤΗ ΜΑΚΕΤΑ	151
Δ. 4.1	Μακέτες σε κλίμακα από 1:100 και πάνω	151
Δ. 4.2	Μακέτες σε κλίμακα από 1:10 έως 1:50	151
Δ. 4.3	Μακέτες σε κλίμακα από 1:1 έως 1:5	153
Δ. 5	ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΜΑΚΕΤΑ	154
Δ. 6	ΥΛΙΚΑ ΜΑΚΕΤΑΣ – Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΣ	156
Δ. 6.1	Χαρτιά και χαρτόνια	156
Δ. 6.2	Πλαστικό	157
Δ. 6.3	Μέταλλο	157
Δ. 6.4	Ξύλο	158
Δ. 6.5	Φελλός	158
Δ. 6.6	Εύπλαστα υλικά	158
Δ. 6.7	Υλικά βαφής	159
Δ. 6.8	Κόλλες	159
Δ. 6.9	Υφάσματα	160
Δ. 7	ΤΡΟΠΟΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ	161
Δ. 8	ΣΤΑΔΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ	163
Δ. 9	ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ	168
Ε.	ΑΣΚΗΣΕΙΣ	171
Ε. 1	ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ	171



A. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τίτλος του μαθήματος και του αντίστοιχου παρόντος βιβλίου μάς προϊδεάζει για τον τρόπο με τον οποίο αυτό προσεγγίζει τα θέματα που περιέχει.

Ο όρος «σύνθεση» αναφέρεται σε διάφορες δραστηριότητες, όπως η αρχιτεκτονική, η ζωγραφική, η μουσική, η γραφιστική, η διακοσμητική κτλ., και στο αποτέλεσμά τους. Σε όποιο χώρο όμως και αν αναφέρεται, είναι μια διαδικασία που καθορίζεται από πολλές παραμέτρους.

Ειδικότερα στο χώρο των Εφαρμοσμένων Τεχνών, η σύνθεση πραγματοποιείται στις τρεις διαστάσεις και έχει πάντοτε υλική υπόσταση και χρηστικό χαρακτήρα. Γι' αυτό, υπεισέρχονται σ' αυτήν πολλές παράμετροι, λειτουργικές, κατασκευαστικές, περιβαλλοντικές, οικονομικές, αισθητικές και άλλες, που όλες μαζί κατευθύνουν και διαμορφώνουν τη «συνθετική διαδικασία» ως μια προσπάθεια σύνθετη και επίπονη που έχει πολλούς τρόπους προσέγγισης.

Εμείς, μέσα από τη «διακοσμητική σύνθεση», θα προσεγγίσουμε τη διαδικασία αυτή επισημαίνοντας, εκείνα τα χαρακτηριστικά των πραγμάτων του χώρου που λαμβάνει υπόψη ο αρχιτέκτονας σχεδιαστής ώστε να δημιουργήσει ένα ευχάριστο, αρμονικό και ελκυστικό αποτέλεσμα.

Τη δυνατότητα να έχουμε άμεση εικόνα των επιλογών μας μας τη δίνει η μακέτα, διότι σ' αυτή αναπαριστούνται τα αντικείμενα με όλα τους τα «πραγματικά» χαρακτηριστικά (σχήματα, όγκους, χρώματα, υφή).

Στους επαγγελματικούς χώρους, στους οποίους αναφέρεται το βιβλίο, το ευχάριστο και ελκυστικό περιβάλλον (εσωτερικό και εξωτερικό) αποκτά μια ιδιαίτερη σημασία, διότι οι «χρήστες» του δεν είναι μόνο οι ιδιοκτήτες ή οι εργαζόμενοι σ' αυτό αλλά ένας μεγάλος αριθμός επισκεπτών και αγοραστών.

Το βιβλίο, επομένως αποσκοπεί αφενός στο να μας ενημερώσει για τους τρόπους με τους οποίους πρέπει να γίνεται ο χειρισμός των διακοσμητικών χαρακτηριστικών των αντικειμένων που οργανώνουν έναν επαγγελματικό χώρο, και αφετέρου να μας βοηθήσει να τα αποδίδουμε στις τρεις διαστάσεις.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, ελπίζουμε ότι το παρόν βιβλίο αποτελεί ένα μέσο επαρκές και ικανό να μας οδηγήσει σε σωστές επιλογές-απαντήσεις, όσον αφορά τις ασκήσεις



α.1



α.2



α.4



α.5

που το ολοκληρώνουν, και έτσι να εμπεδώσουμε τη θεωρητική ενημέρωση και γνώση μας.

Η κατασκευαστική δραστηριότητα των ανθρώπων καλύπτει, σχεδόν σε όλη την ιστορική διαδρομή της, εκτός από την ανάγκη για κατοικία που είναι η βασικότερη, και άλλες ανάγκες.

Ένα μεγάλο μέρος της έχει ως αντικείμενο την κατασκευή χώρων για εμπορικές συναλλαγές, δηλαδή «καταστημάτων» όπου οι άνθρωποι πωλούν και αγοράζουν αγαθά και υπηρεσίες. Η μορφή αυτών των χώρων, τόσο στο εσωτερικό τους όσο και στην εξωτερική τους όψη, αλλά και στη διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου τους, διαμορφώθηκε ιστορικά ακολουθώντας τις εξελίξεις της αρχιτεκτονικής και της τεχνολογίας, αλλά και τις κοινωνικές δομές και τις κλιματολογικές συνθήκες των διάφορων τόπων. Η διαμόρφωση του εξωτερικού χώρου έπαιξε, και παίζει, ιδιαίτερο ρόλο, κυρίως σε επαγγελματικούς χώρους συνεύρεσης και σε τόπους με ήπιο κλίμα, όπως η χώρα μας. Τα υπαίθρια καφενεία αποτέλεσαν ιστορικά αναπόσπαστο στοιχείο τόσο του αστικού όσο και του ημιαστικού ή του αγροτικού χώρου σε ολόκληρη την Ελλάδα, αλλά και σε κάθε άλλο τόπο όπου το κλίμα ευνόησε την παρουσία τους. Οι προσόψεις τους, όπως και όλων των άλλων επαγγελματικών χώρων, αρχικά είχαν μια μάλλον τυπική διάταξη των απαραίτητων για την αναγνώρισή τους στοιχείων. Η αναγραφή της επωνυμίας της επιχείρησης και κάποια ανοίγματα για την είσοδο και τον ηλιασμό του χώρου μαζί με κάποια υποτυπώδη στέγαστρα -όπου ήταν χρήσιμα ή απαραίτητα- ήταν αρκετά στοιχεία στην πρόσοψη, της οποίας ο ρόλος ήταν να δηλώσει απλώς το είδος της επιχείρησης.

Οι προσόψεις των καταστημάτων με βιτρίνες, στη μορφή που τις βλέπουμε σήμερα, πρωτοεμφανίστηκαν το 19ο αιώνα και είχαν ως σκοπό να παρουσιάσουν τα εμπορεύματα, να πληροφορήσουν δηλαδή το αγοραστικό κοινό για το είδος του καταστήματος.

Από τα μέσα όμως του 20ού αιώνα, καθώς ο ανταγωνισμός στην αγορά μεγάλωνε, ο ρόλος των προσόψεων, και ιδιαίτερα των βιτρινών τους, αναγκαστικά δεν περιορίστηκε στην πληροφόρηση. Και τα δύο αυτά στοιχεία εξελίχθηκαν σε κυρίαρχα μέσα για την προσέλκυση του κοινού. Στην προσπάθεια μάλιστα αυτή επιστρατεύθηκε κάποιες φορές και η Τέχνη, μετατρέποντας τη βιτρίνα σε χώρο καλλιτεχνικής έκφρασης. Τέτοιες περιπτώσεις είναι

οι δουλειές γνωστών καλλιτεχνών, όπως ο Salvador Dali και ο Andy Warhol, σε βιτρίνες μεγάλων καταστημάτων.

Ενώ λοιπόν παλιότερα ήταν αρκετή η αναγνώριση των προϊόντων στη βιτρίνα ενός καταστήματος για να το επισκεφτούν οι αγοραστές, σήμερα, με την πληθώρα των προϊόντων και των καταστημάτων, η προσέλκυση των αγοραστών στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στους τρόπους παρουσίασης και προβολής των ειδών, αλλά και στη γενικότερη εικόνα του καταστήματος μέσα και έξω από αυτό. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο ο χώρος αυτός, που διαμορφώνει την εξωτερική εμφάνιση των καταστημάτων, δέχεται πολύ συχνά ανανεωτικές παρεμβάσεις, με επανασχεδιασμό και αλλαγές στο σύνολό του ή σε ορισμένα από τα στοιχεία του. Στο χώρο της βιτρίνας γίνονται οι πιο συχνές αλλαγές, αφού ο ρόλος της είναι τέτοιος που απαιτεί διαρκή ανανέωση.

Ένας μεγάλος αριθμός επαγγελματιών με διαφορετικές γνώσεις και αρμοδιότητες συμμετέχει στη διαδικασία που αφορά τη σχεδίαση και την κατασκευή των επαγγελματικών χώρων και των επιμέρους στοιχείων τους, με πρώτο τον αρχιτέκτονα σχεδιαστή. Οι άνθρωποι που θα αναλάβουν να οργανώσουν ένα τέτοιο περιβάλλον, ο καθένας από τη θέση και ανάλογα με τη δυνατότητά του, πρέπει να γνωρίζουν και να είναι σε θέση να χειρίζονται τα μέσα, τα υλικά και τους τρόπους που προσφέρονται γι' αυτό το σκοπό.

Από όσα αναφέραμε παραπάνω, καταλαβαίνουμε ότι το πρώτο «επίπεδο προσέγγισης» ενός αγοραστή με το κατάστημα είναι ο περιβάλλον χώρος του και η πρόσοψη με όλα τα στοιχεία της. Σ' αυτό το «χώρο» αναφέρεται το περιεχόμενο αυτού του βιβλίου.

Ο ρόλος των σχεδιαστών που προτείνουν επεμβάσεις - μικρές ή μεγάλες, στο σύνολο ή σε σημεία, στην πρόσοψη ή στον εξωτερικό χώρο των καταστημάτων- είναι ιδιαίτερα σημαντικός, καθώς διαμορφώνουν ένα χώρο που βρίσκεται σε κοινή θέα. Διαμορφώνουν, δηλαδή, το πλαίσιο στο οποίο ζούμε και κινούμαστε, ιδιαίτερα στις αστικές περιοχές, όπου τα εμπορικά κέντρα είναι συνήθως τόσο πυκνά δομημένα, ώστε το μάτι μπορεί να κινηθεί μόνο στο επίπεδο των προσόψεων των ισόγειων χώρων. Γι' αυτό και θα πρέπει αφενός να γνωρίζουν καλά όλα τα στοιχεία που μπορούν να χειριστούν για τη διαμόρφωση αυτών των χώρων, αφετέρου να αποκτήσουν συνείδηση του πόσο θετική ή πόσο αρνητική μπορεί να είναι η παρέμβασή τους.



α.6

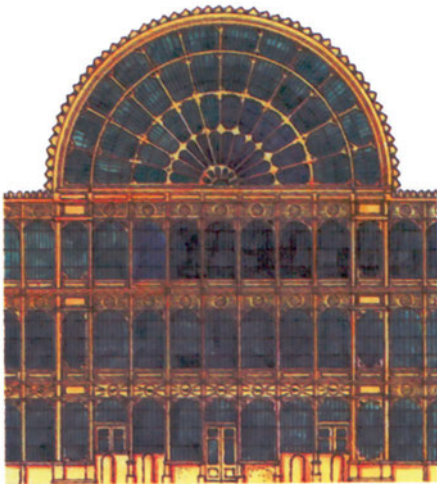


α.7

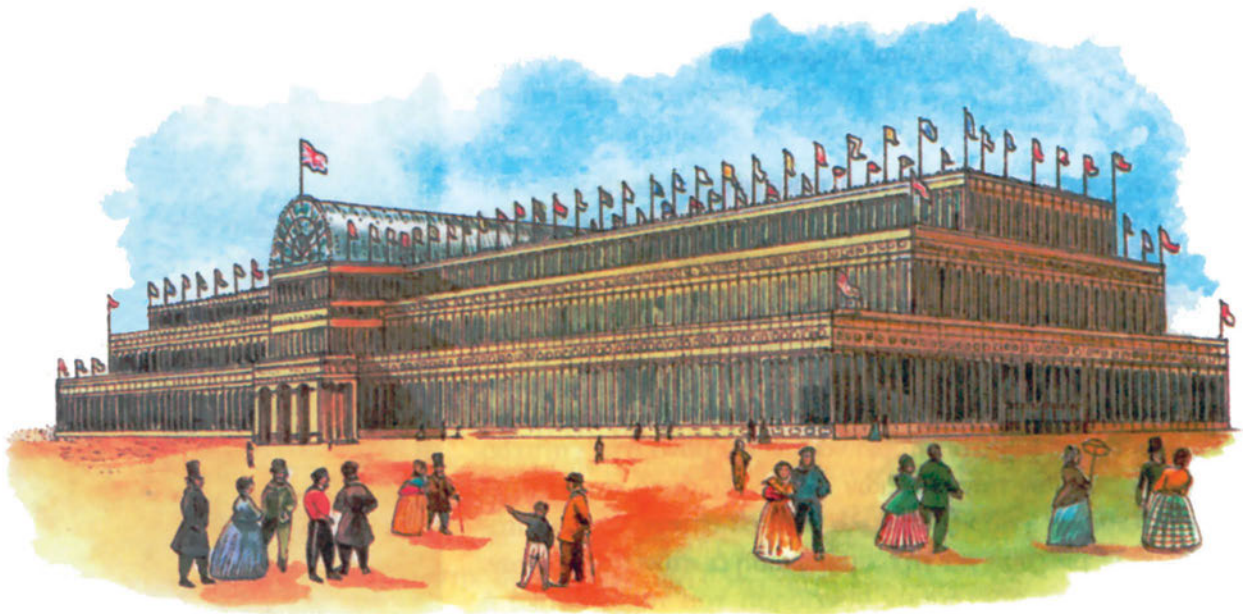
Τα στοιχεία που συνθέτουν το χώρο αυτό είναι τρισδιάστατα, και γι' αυτό η αναφορά μας σ' αυτά επικεντρώνεται σε εκείνα τα χαρακτηριστικά τους που αποδίδουν συνολικά την εικόνα τους στον χώρο, δηλαδή στα σχήματα-όγκους, στα υλικά, στα χρώματα, στις θέσεις τους και στον τρόπο με τον οποίο φωτίζονται.

Επιδιώκουμε δηλαδή, αρχικά, να τα γνωρίσουμε, να μάθουμε να τα αναγνωρίζουμε γύρω μας και να εξοικειωθούμε με αυτά. Σε άλλα μαθήματα της ειδικότητας (Τεχνολογία υλικών, Κατασκευαστικό σχέδιο, Αρχιτεκτονικό - προοπτικό σχέδιο) δίνονται πληροφορίες για άλλου είδους χαρακτηριστικά των στοιχείων αυτών, όπως είναι τα τεχνικά χαρακτηριστικά τους, οι τρόποι εφαρμογής τους και οι τρόποι απόδοσής τους στις δύο διαστάσεις (σχεδίαση). **Με τη βοήθεια, λοιπόν, και των μαθημάτων αυτών επιδιώκουμε να αναπτύξουμε δεξιότητες για τη δημιουργία απλών διακοσμητικών συνθέσεων τόσο στις δύο διαστάσεις -σχήδια, όσο και σε τρισδιάστατη μορφή -μακέτα.** Μπορούμε να πούμε ότι στον τρόπο με τον οποίο προσεγγίζει το μάθημα αυτό τους επαγγελματικούς χώρους κυριαρχούν δυο νέα στοιχεία:

α. Η μελέτη του χώρου σε ό,τι αφορά την εξωτερική μορφή του, και η μελέτη του εξωτερικού χώρου έχουν ως απο-



α.3



τέλεσμα την επέμβαση στη μορφή του δημόσιου χώρου, καθώς πρόκειται για το σχεδιασμό χώρων ανοικτών και όχι κλειστών πίσω από αυλόπορτες ή φράχτες, όπως συμβαίνει με τον εξωτερικό χώρο των κατοικιών.

β. Η εισαγωγή σε ένα νέο πεδίο δράσης, παράλληλης με τη σχεδιαστική, αυτό του τρισδιάστατου χειρισμού των στοιχείων της σύνθεσης, δηλαδή στην κατασκευή μακέτας.

Στην πορεία του μαθήματος θα διαπιστώσουμε ότι οι επιλογές που γίνονται στο επίπεδο σχεδίασης, όταν μεταφέρονται στις τρεις διαστάσεις, «ζωντανεύουν» και αποκτούν πραγματική υπόσταση. Όταν μια σχεδιαστική μελέτη συμπληρώνεται με την κατασκευή μακέτας, γίνεται πιο ολοκληρωμένη, διότι κατά την παρατήρησή της λειτουργούμε ως θεατές ενός «πραγματικού» αντικειμένου ή ενός χώρου τον οποίο οι ίδιοι διαμορφώνουμε, και διαπιστώνουμε έτσι πόσο αποτελεσματική ήταν η προσπάθειά μας κατά το σχεδιασμό. «Παίζοντας» στο χώρο με τις θέσεις, τα σχήματα, τα χρώματα, μπορούμε να τα παρατηρήσουμε, να τα αξιολογήσουμε, να τα αλλάξουμε, να τα βελτιώσουμε, και να έχουμε έτσι μία εικόνα πιο ρεαλιστική από εκείνη που μας δίνουν τα σχέδια.

Χώροι που φιλοξένησαν την εμπορική διαδικασία στην ιστορική διαδρομή της.
Εικ. α.1 Ανταλλαγές προϊόντων στις στοές των καταστημάτων στη Μέκκα γύρω στον 7ο μ.Χ. αιώνα.
Εικ. α.2 Απεικόνιση υπαίθριας αγοράς στη Φλωρεντία το 12ο μ.Χ. αιώνα.
Εικ. α.3 Crystal Palace. Κτίριο σχεδιασμένο ειδικά για να στεγάσει εποχιακή έκθεση στα μέσα του 19ου αιώνα, στο Λονδίνο.
Εικ. α.4-α.7 Προσόψεις εμπορικών χώρων στη Θεσσαλονίκη, στην αρχή του 20ού αιώνα.



Boardwalk Attractions

Music

Van Heide

Coca-Cola

Coca-Cola

Β. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

Β. 1 Η ΠΡΟΣΟΨΗ

Η πρόσοψη ενός επαγγελματικού χώρου μπορεί να παρομοιαστεί με το εξώφυλλο ενός βιβλίου. Στην πρώτη επαφή μας με το βιβλίο, από το εξώφυλλό του και μόνο παίρνουμε πληροφορίες για το θέμα - τίτλο, το είδος - περιεχόμενο και, γενικά, το ύφος του. Έτσι, η πρώτη επαφή με έναν επαγγελματικό χώρο είναι η εξωτερική του όψη. Από την πρόσοψη έχουμε πληροφορίες για το είδος της επιχείρησης, το ύφος του χώρου, και, γενικά, πληροφορίες για το εσωτερικό του, πριν ακόμα το επισκεφτούμε.

Β. 1.1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΟΨΗΣ

Η μελέτη μιας πρόσοψης μπορεί να αποδώσει καλό αποτέλεσμα, μόνο αν εξαντλήσουμε τις δυνατότητες που έχουμε, λαμβάνοντας όμως υπόψη μας και όλους τους περιορισμούς που μας επιβάλλονται. Τέτοιοι περιορισμοί μπορούν να προκύψουν:

1. από τη χωροθέτηση του επαγγελματικού χώρου,
2. από το είδος της επιχείρησης,
3. από το κοινό στο οποίο απευθύνεται,
4. από την έκταση και τη μορφή της πρόσοψης.

Β. 1.1.1 Η ΧΩΡΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ

Εξετάζουμε τους περιορισμούς που επιβάλλονται από τη γεωγραφική θέση, από την τοποθεσία ή από κάποιες ιδιαίτερες συνθήκες.

Σε μη αστική περιοχή.

Στην κατηγορία αυτή ανήκουν ορεινά, πεδινά ή νησιώτικα χωριά, αλλά και μικρές πόλεις. Βέβαια, άλλα μορφολογικά στοιχεία συναντάμε σε χωριά της Μακεδονίας και άλλα σε χωριά της Μάνης, όπως, επίσης, άλλα στα Δωδεκάνησα και άλλα στις Κυκλάδες. Κάθε περιοχή έχει μια ιδιαίτερη ταυτότητα. Αυτή προσδιορίζεται από την παράδοση, το φυσικό περιβάλλον, την παραγωγή, τους ρυθμούς της καθημερινής ζωής, και όλα αυτά μαζί ορίζουν τις τεχνικές και



β.1 Ποικιλία μορφών στα στοιχεία των όψεων του κτιρίου, που έχουν διαμορφωθεί ελεύθερα, χωρίς περιορισμούς από το περιβάλλον.

τα υλικά δόμησης. Γι' αυτό είναι και δικό μας καθήκον να σεβαστούμε το ύφος και τις ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής.

Σε αστική περιοχή.

Στις αστικές περιοχές, αντίθετα, δεν έχουμε τόσους περιορισμούς. Αυτό μας δίνει τη δυνατότητα να επιλέξουμε με μεγαλύτερη ελευθερία υλικά και μορφές. Ενώ στις μη αστικές περιοχές το ζητούμενο είναι η εναρμόνιση με το περιβάλλον, στις αστικές περιοχές το ζητούμενο είναι να ξεχωρίσουμε. Για το λόγο αυτό συναντάμε μια τεράστια ποικιλία μορφών στις προσόψεις, οι οποίες κάποιες φορές μπορούν να αγγίζουν και τα όρια ενός έργου τέχνης μεγάλων διαστάσεων (εικ. β.1).

Σε περιοχή ιστορικού ενδιαφέροντος.

Ανεξάρτητα από το αν βρισκόμαστε σε αστικό, ημιαστικό ή αγροτικό περιβάλλον, υπάρχουν περιοχές ή μεμονωμένα κτίρια με ιδιαίτερο ιστορικό ενδιαφέρον, και οι επεμβάσεις σ' αυτά υπόκεινται σε αρχιτεκτονικό έλεγχο. Σ' αυτές τις περιπτώσεις οι επιλογές μας ακολουθούν ορισμένους περιορισμούς.

Σε σχέση με το φυσικό φωτισμό που δέχεται.

Σε όποια από τις παραπάνω περιπτώσεις και αν εντάσσεται ο χώρος τον οποίο μελετάμε, πρέπει να λάβουμε υπόψη και τον προσανατολισμό του. Αυτός καθορίζει την ποσότητα, την ένταση και τη σταθερότητα του φωτός που δέχεται η πρόσοψη. Οι βορινές όψεις δέχονται φωτισμό ήπιο και σταθερό, χωρίς έντονες διακυμάνσεις. Αντίθετα, στις όψεις άλλου προσανατολισμού η ένταση και η ποιότητα του φωτός κυμαίνεται ανάλογα με την ώρα της ημέρας και την εποχή, επηρεάζοντας τον τόνο των χρωμάτων ή την εντύπωση της υφής των υλικών και του βάθους κάποιων εσοχών. Οι εντυπώσεις αυτές είναι συνάρτηση όχι μόνο του προσανατολισμού αλλά και του κατά πόσο φωτεινό ή σκιασμένο (από δέντρα, άλλα κτίρια κτλ.) είναι το περιβάλλον στο οποίο βρίσκεται η όψη την οποία διαμορφώνουμε.

Β. 1.1.2 ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Εξετάζοντας τις διάφορες περιπτώσεις επαγγελματικών χώρων, με κριτήριο τη λειτουργία της πρόσοψης παρατηρούμε ότι υπάρχουν δύο μεγάλες κατηγορίες. Ο διαχω-

ρισμός αυτός αφορά κυρίως τη χρήση της βιτρίνας. Έτσι, έχουμε:

α. καταστήματα πώλησης προϊόντων, όπου η βιτρίνα είναι συστατικό στοιχείο της πρόσοψης και καταλαμβάνει σημαντικό μέρος της.

β. καταστήματα παροχής υπηρεσιών, όπου η βιτρίνα περιορίζεται σημαντικά σε έκταση ή καταργείται.

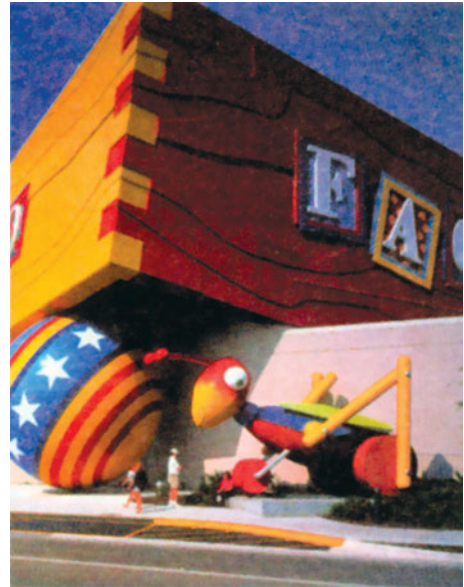
Εξάλλου, το είδος των αγαθών ή των υπηρεσιών που εμπορεύεται η επιχείρηση είναι μια βασική παράμετρος που επηρεάζει τη μορφή της πρόσοψης, από τα μικρά διακοσμητικά στοιχεία της ως το συνολικό ύψος της (εικ. β.2).

Β. 1.1.3 ΤΟ ΚΟΙΝΟ ΣΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ

Το αγοραστικό κοινό διαφοροποιείται ανάλογα με το φύλο, την ηλικία, τα ενδιαφέροντα, τα οικονομικά και τα κοινωνικά χαρακτηριστικά του. Έτσι, ένα κατάστημα καλλυντικών αφορά κυρίως το γυναικείο φύλο, ενώ μια αντιπροσωπία με ηλεκτρικά εργαλεία απευθύνεται κυρίως στους άντρες. Σε άλλους απευθύνεται ένα κατάστημα παιχνιδιών και σε άλλους ένα κατάστημα γυαλικών και ειδών σπιτιού. Επίσης, ένα κατάστημα έργων τέχνης και μια αντιπροσωπεία ακριβών αυτοκινήτων απευθύνονται σε ένα συγκεκριμένο ή σε ευρύτερο κοινό.

Β. 1.1.4 Η ΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ Η ΜΟΡΦΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΟΨΗΣ

Κατ' αρχάς εξετάζουμε αν πρόκειται για μεμονωμένο κατάστημα μικρής ή μεγάλης πρόσοψης ή για πολυκατάστημα. Γενικά, μας ενδιαφέρει η έκταση την οποία καταλαμβάνει η πρόσοψη σε πλάτος και σε ύψος. Επίσης, αν ο χώρος μας έχει μόνο μία όψη, δύο, τρεις ή περισσότερες. Όταν πρόκειται για γωνιακό κατάστημα, έχουμε ή δύο ίσες πλευρές ή μία μικρή και μία μεγαλύτερη. Σε μεγάλα γωνιακά καταστήματα μπορεί να προκύψει και μία επιπλέον πλευρά, που διαμορφώνεται με το «κόψιμο» της γωνίας, η οποία, λόγω της εύκολης πρόσβασης και θέασης, συνήθως δέχεται και την είσοδο. Υπάρχουν βέβαια και οι περιπτώσεις μεγάλων καταστημάτων με τρεις ή και τέσσερις όψεις, τα οποία καταλαμβάνουν ένα ολόκληρο οικοδομικό τετράγωνο, με πολλά μέτρα εξωτερικής όψης, όπως είναι τα πολυκαταστήματα. Κατά κανόνα, η πρόσοψη εντάσσεται σε ένα ορθογώνιο, που έχει, συνήθως, μεγαλύτερο πλάτος



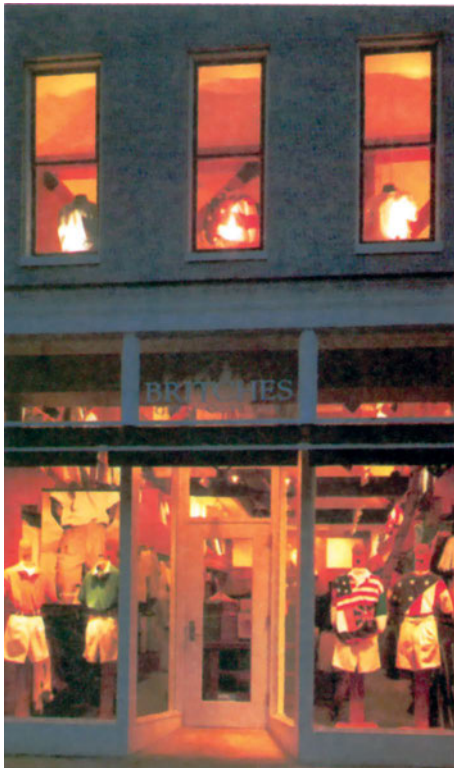
β.2 Υπερμεγέθη διακοσμητικά στοιχεία, σχετικά με τα προϊόντα του καταστήματος, διαμορφώνουν την πρόσοψη και τον εξωτερικό χώρο.



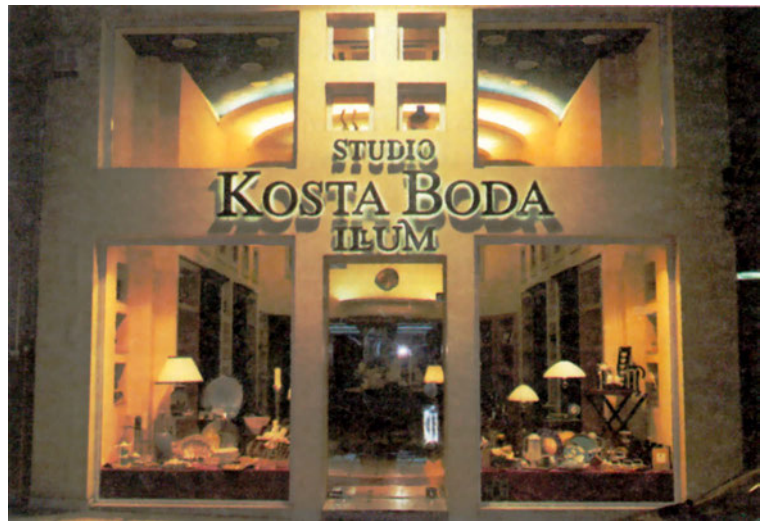
β.4 Η αίσθηση του κατακόρυφου περιορίζεται χάρη στον εκτεταμένο χώρο της επιγραφής.



β.3 Διάσπαση της οριζόντιας εντύπωσης με κατακόρυφα ανοιγμάτα.



β.5 Οριζόντιοι και κατακόρυφοι άξονες διαιρούν την πρόσοψη και αποδυναμώνουν την αίσθηση του κατακόρυφου.



β.6 Απόλυτα συμμετρική οργάνωση των ανοιγμάτων σε τετράγωνη πρόσοψη.



β.7 Επανάληψη του τετραγώνου, η οποία προκύπτει από διακοσμητική επέμβαση.



β.8 Το κυλινδρικό σχήμα, με το μέγεθος και την επανάληψή του, καταργεί τον επίπεδο χαρακτήρα της πρόσοψης.

από ύψος, σπανιότερα μεγαλύτερο ύψος από πλάτος και, κάποιες φορές, ίσο το ύψος με το πλάτος, δηλαδή είναι τέλειο τετράγωνο.

1. Προσόψεις μεγάλου πλάτους δείχνουν ιδιαίτερα ήρεμες και στατικές. Αν θέλουμε να αποδυναμώσουμε αυτή την εντύπωση, δημιουργούμε με διάφορους τρόπους κάθεται στοιχεία (εικ. β.3).

2. Μια πολύ στενή και ψηλή πρόσοψη δείχνει δυναμισμό και κίνηση. Εδώ, η αίσθηση του κατακόρυφου μπορεί να χαθεί με την προσθήκη των άλλων στοιχείων -επιγραφή, είσοδος- που είναι απαραίτητα στη λειτουργία του χώρου. Η θέση της εισόδου, ο χωρισμός της βιτρίνας σε δύο επίπεδα, οριζόντια ή κάθετα, ο κατάλληλος φωτισμός μπορούν να ενισχύσουν ή να αποδυναμώσουν τις κάθετες γραμμές (εικ. β.4-β.5).

3. Η τετράγωνη όψη προσφέρεται για συμμετρική διάταξη των στοιχείων. Η συμμετρία ως προς τον κάθετο ή οριζόντιο άξονα οδηγεί στην ενίσχυση της κάθετης ή της οριζόντιας διάταξης. Ακόμα, μπορούμε να τονίσουμε κάποια διαγώνιο, δημιουργώντας συμμετρία ως προς αυτήν (εικ. β.6).

4. Υπάρχουν προσόψεις όπου επικρατεί ένα ιδιαίτερο σχήμα, είτε με το μέγεθός του είτε με την επανάληψή του, όπως τρίγωνο, τετράγωνο, κύκλος. Μπορούμε και εδώ να δουλέψουμε με τη συμμετρία ή την ασυμμετρία, την ισορροπία και την επανάληψη, (εικ. β.7-β.8-β.9). Συνήθως, αυτό προκύπτει από επέμβαση του διακοσμητή και κάποιες φορές προϋπάρχει στα δομικά, μορφολογικά χαρακτηριστικά του κτιρίου (π.χ. μεγάλες αψιδωτές προσόψεις).

Όταν πρόκειται για επιλογή μας, αυτό γίνεται με αφορμή:

Το λογότυπο

Όταν η ίδια η επωνυμία της επιχείρησης περιλαμβάνει το όνομα ενός σχήματος ή ενός γράμματος του αλφάβητου (π.χ. «ασφάλειες κύκλος», «υποδήματα Ύψιλον»).

Το είδος του εμπορεύματος

Σε προσόψεις καταστημάτων οπτικών συχνά επικρατεί ο κύκλος, αντίστοιχα, μπορούμε να συναντήσουμε το λαχούρι σε καταστήματα που εμπορεύονται ινδικά ρούχα (εικ. β.10-β.11).

Μόνο για διακοσμητικούς λόγους, χωρίς άλλη αφορμή

Μπορεί ένα μέρος της πρόσοψης να «πέφτει» ή να δίνει την εντύπωση της εσοχής-εξοχής, του τεθλασμένου ή του



β.9 Καμπυλόμορφα και κεκλιμένα στοιχεία αλλοιώνουν τον ορθογώνιο χαρακτήρα της πρόσοψης.



β.10 Τα ανοίγματα σε σχήμα Φ στην πρόσοψη μας ενημερώνουν ότι το κατάστημα διαθέτει προϊόντα φωτισμού.



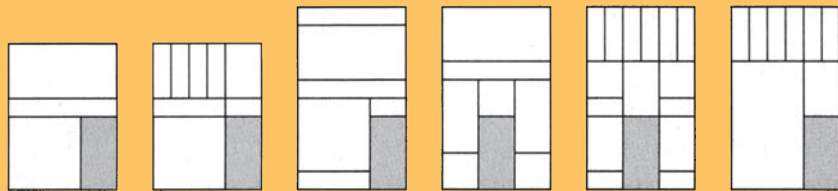
β.11 Εντυπωσιακή διαμόρφωση της πρόσοψης, με αναφορά στο είδος του εμπορεύματος.

Η ΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ Η ΜΟΡΦΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΟΨΗΣ

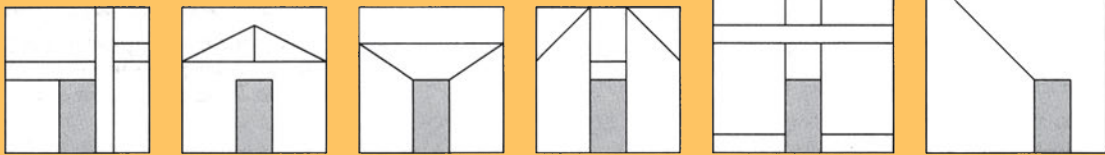
1. Μεγάλες προσόψεις με κάθετα στοιχεία - αποδυνάμωση της οριζόντιας γραμμής.



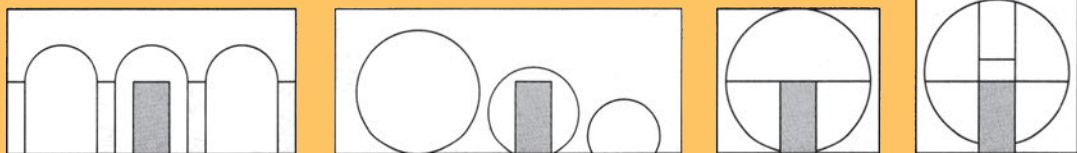
2. Στενές και ψηλές προσόψεις - κατακόρυφες γραμμές.



3. Τετράγωνες προσόψεις



4. Προσόψεις όπου κυριαρχεί άλλο σχήμα, εκτός του ορθογώνιου:
 α. προβολή του τετραγώνου,
 β. προβολή του κύκλου,
 γ. άλλες περιπτώσεις



κομμένοι. Εννοείται ότι τέτοιες δυναμικές επεμβάσεις στο σχεδιασμό αποσκοπούν στον εντυπωσιασμό, καθώς και στη διαφοροποίηση από τις διπλανές όψεις (εικ. β.12).

Τα σχεδιαγράμματα στη διπλανή σελίδα παρουσιάζουν ενδεικτικά παραδείγματα από ομαδοποιημένες περιπτώσεις (σχ. 1).

Β. 1.2 ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΟΨΗΣ

Η πρόσοψη ενός καταστήματος πρέπει να μελετηθεί σαν να είναι μια σύνθεση στο χώρο αποτελούμενη από μικρότερα αυτόνομα στοιχεία, που είναι τα εξής:

- Η βιτρίνα
- Η είσοδος
- Η επιγραφή
- Τα στέγαστρα
- Οι κατασκευές προστασίας του χώρου
- Τα υλικά επένδυσης
- Στοιχεία δικτύων και εξοπλισμού
- Ο φωτισμός της πρόσοψης

Όλα τα στοιχεία είναι εξίσου σημαντικά, και έτσι πρέπει να εξετάζονται.

Παράλληλα, όμως, πρέπει να γίνεται σωστή ανάλυση της λειτουργίας τους και να επισημαίνεται η ιδιαιτερότητα του καθενός στη διαμόρφωση της πρόσοψης.



β.12 Πρόσοψη με εσοχές που διαμορφώνουν ασύμμετρα σχήματα και δημιουργούν τη ψευδαίσθηση μεγάλου βάθους.



β.13 Πρόσοψη ταξιδιωτικού γραφείου, όπου το διακοσμητικό στοιχείο στη βιτρίνα είναι και το μέσο πληροφόρησης για τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

B. 2 Η ΒΙΤΡΙΝΑ

Η βιτρίνα, ως δεδομένο στοιχείο στην πρόσοψη των εμπορικών καταστημάτων, παίζει σημαντικό ρόλο στη γενική εικόνα της εξωτερικής όψης του καταστήματος.

Κατ' αρχάς θα μας απασχολήσουν οι δύο διαστάσεις της βιτρίνας, δηλαδή το πλάτος και το ύψος, και ο συσχετισμός τους με τις αντίστοιχες διαστάσεις ολόκληρης της πρόσοψης.

Γενικά, η βιτρίνα δίνει την εντύπωση ή ενός παραθύρου ή μιας μεγάλης γυάλινης επιφάνειας που επιτρέπει ή εμποδίζει τη θέαση προς το εσωτερικό του καταστήματος.

Στα καταστήματα παροχής υπηρεσιών η βιτρίνα διαφοροποιείται ως προς το ρόλο, τη θέση, την έκταση και τη διαμόρφωσή της. Τέτοιες περιπτώσεις καταστημάτων είναι τα ταξιδιωτικά γραφεία, τα καλλιτεχνικά εργαστήρια, τα ιατρεία μικρών ζώων, τα κομμωτήρια, τα εστιατόρια κ.ά. Ανάλογα με το είδος της επιχείρησης μπορεί να έχουμε ένα μεγάλο άνοιγμα με υαλοπίνακα, η διαφάνεια του οποίου επιτρέπει την άνετη θέαση του εσωτερικού και όλων όσων συμβαίνουν εκεί. Μπορεί να έχουμε μικρότερο άνοιγμα ή μικρότερα ανοίγματα που λειτουργούν ως περιοχή πληροφόρησης για τις υπηρεσίες που παρέχονται, με έντυπο υλικό, φωτογραφίες και οθόνες (εικ β.13). Μπορεί ακόμα να μην υπάρχει άνοιγμα, και η ταυτότητα του χώρου να δηλώνεται με διακοσμητικές επεμβάσεις στην επιφάνεια της πρόσοψης.

Στα σχεδιαγράμματα που ακολουθούν βλέπουμε παραδείγματα σχετικά με την έκταση και τις αναλογίες της βιτρίνας στην πρόσοψη (σχ. 2).

B. 2.1 Η ΒΙΤΡΙΝΑ ΩΣ ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

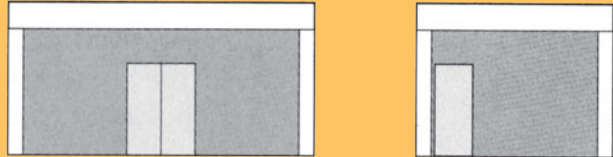
Ο ρόλος της βιτρίνας είναι να παρουσιάζει τα προϊόντα του καταστήματος, με σκοπό:

- α. να ενημερώσει και
- β. να προσελκύσει το αγοραστικό κοινό.

Αποτελεί, δηλαδή, η βιτρίνα μέσο επικοινωνίας μεταξύ της επιχείρησης και του αγοραστικού κοινού, και ως τέτοιο πρέπει να την προσεγγίσουμε. Θα δούμε πως ως επι-

ΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΟΓΙΕΣ ΤΗΣ ΒΙΤΡΙΝΑΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΟΨΗ

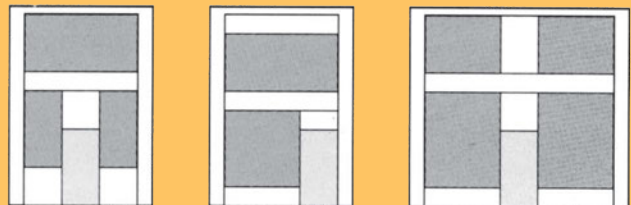
1. Μεγάλες βιτρίνες σε όλη την πρόσοψη μεγάλου ή μικρότερου καταστήματος



2. Βιτρίνες πολλαπλές επαναλαμβανόμενες σε μεγάλες προσόψεις



3. Βιτρίνες που διαμορφώνονται και κατά το ύψος της πρόσοψης



4. Βιτρίνες μικρές -τύπου "παράθυρο"- σε προσόψεις σύγχρονες ή παραδοσιακές



κοινωνικό μέσο χρησιμοποιεί κάποιους κώδικες που είναι κοινοί ανάμεσα στην επιχείρηση και το καταναλωτικό κοινό στο οποίο απευθύνεται. Θα παρατηρήσουμε πως κάποιες επιχειρήσεις απευθύνονται σε ένα πλατύ κοινό, ενώ κάποιες άλλες σε ένα πιο περιορισμένο. Έτσι, αντίστοιχα, θα συναντήσουμε στοιχεία αναγνωρίσιμα και αποδεκτά από μεγαλύτερες ή μικρότερες κοινωνικές ομάδες.

Στην ενότητα αυτή θα δούμε, ενδεικτικά και μέσα από παραδείγματα, τη σχέση η οποία συνδέει τα προϊόντα με τους αγοραστές τους και τον τρόπο με τον οποίο μπορούμε να χειριστούμε αυτή τη σχέση.

Οι βιτρίνες διαμορφώνονται με διαφορετικό τρόπο και ανάλογα με την ηλικία, το φύλο ή την κοινωνική-οικονομική τάξη του κοινού στο οποίο απευθύνονται. Οι διαφορές τους δε βρίσκονται μόνο στο εμπόρευμα, αλλά σε πολλά άλλα στοιχεία, όπως είναι:

- η ποσότητα των εκθεμάτων,
- τα υλικά που χρησιμοποιούνται,
- τα διακοσμητικά στοιχεία,
- η ποικιλία των χρωμάτων,
- ο φωτισμός των προϊόντων κτλ.

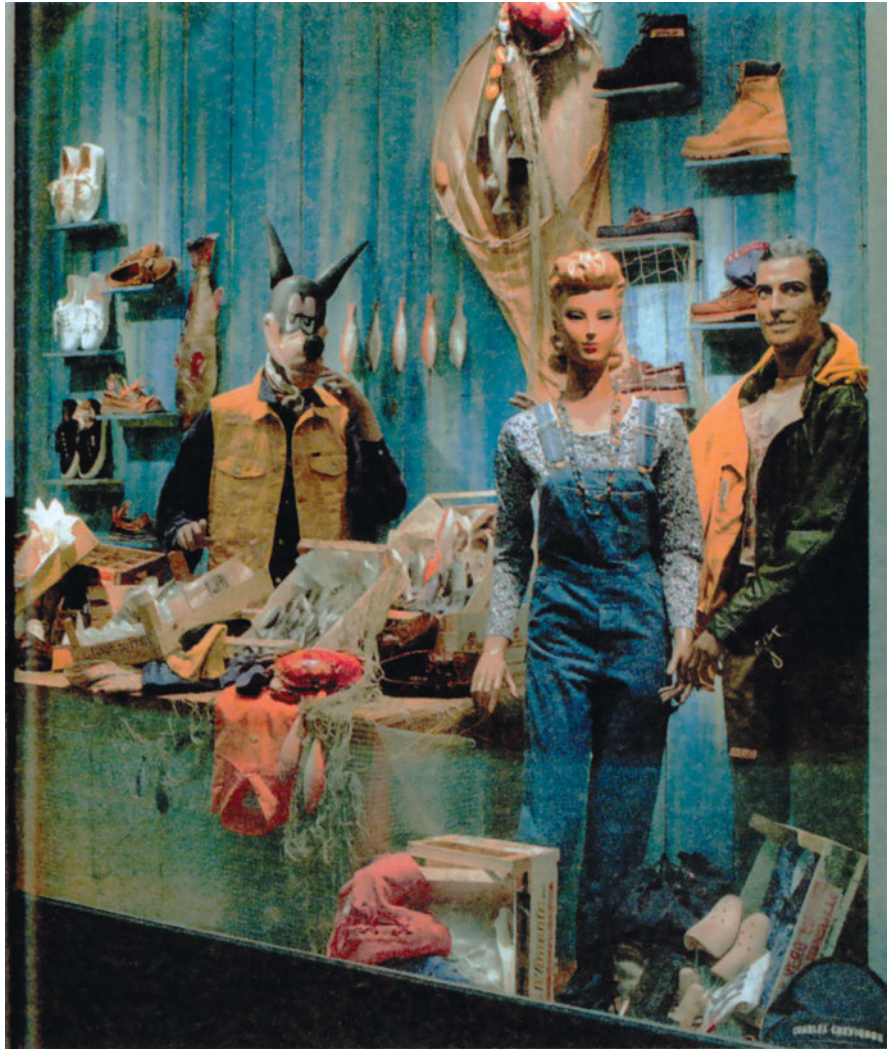
Θα παρατηρήσουμε, μάλιστα, πως μερικές φορές είναι τόσο γενικευμένες αυτές οι διαφοροποιήσεις, ώστε δημιουργούνται ολόκληρες ζώνες κάποιου συγκεκριμένου τύπου βιτρίνας στο χώρο της αγοράς.

B. 2.1.1 Η ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΚΘΕΜΑΤΩΝ

Συχνά, βλέπουμε δρόμους ολόκληρους γεμάτους με καταστήματα των οποίων οι βιτρίνες είναι ιδιαίτερα φορτωμένες με εμπόρευμα, σε αντίθεση με άλλες περιοχές όπου υπάρχει μια γενικευμένη μινιμαλιστική αντιμετώπιση στην οργάνωση με την παρουσίαση μόνο ενός-δύο δειγμάτων του εμπορεύματος.

Παρατηρούμε ότι όσο ανεβαίνει το κόστος του εμπορεύματος, τόσο μειώνεται ο αριθμός των εκτιθέμενων προϊόντων, και αντίστροφα, όσο το κόστος των προϊόντων μειώνεται, τόσο αυξάνει ο αριθμός των προϊόντων στις βιτρίνες.

Αυτό συμβαίνει, διότι τα ακριβά καταστήματα είναι - ή θέλουν να δείχνουν πως είναι - σίγουρα για το κοινό τους. Παρουσιάζουν λοιπόν λιτές και κομψές βιτρίνες, χωρίς πολλά προϊόντα, δίνοντας μόνο το στίγμα για το στιλ των προϊόντων τους (εικ. β.14).



β.15 Βιτρίνα με μεγάλο αριθμό προϊόντων και διακοσμητικών στοιχείων.



β.14 Μικρό δείγμα προϊόντων σε λιτή και κομψή βιτρίνα

Αντίθετα, καταστήματα που απευθύνονται στις μεσαίες τάξεις ξέρουν πως το κοινό τους αποτελείται από τα άτομα που θα κάνουν πιο εκτεταμένη έρευνα αγοράς. Η έρευνα αυτή γίνεται για σύγκριση τιμών και αναζήτηση ποικιλίας προσφερόμενων προϊόντων από το ένα κατάστημα στο άλλο. Προσπαθούν λοιπόν να παρουσιάσουν τη μεγάλη ποικιλία των προϊόντων τους και να πληροφορήσουν για το κόστος τους, διότι γνωρίζουν ότι είναι ένα στοιχείο που ενδιαφέρει το κοινό τους (εικ. β.15). Αντίθετα, στα πολύ ακριβά καταστήματα συχνά παρατηρείται έλλειψη πληροφόρησης για το ύψος των τιμών.

B. 2.1.2 ΤΑ ΥΛΙΚΑ

Οι διαφοροποιήσεις, βέβαια, δε σταματούν στο κόστος και στην ποσότητα των προϊόντων που παρουσιάζονται. Ανάλογα παραδείγματα μπορούμε να βρούμε στη χρησιμοποίηση των διάφορων υλικών.

Για τη διαμόρφωση μιας βιτρίνας έχουμε στη διάθεσή μας ένα πλήθος υλικών και πρέπει κάθε φορά να επιλέξουμε το καταλληλότερο, σε σχέση με τα προϊόντα που πρέπει να αναδείξουμε, αλλά και σε σχέση με το αγοραστικό κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε.

Ας πάρουμε για παράδειγμα το ίδιο είδος προϊόντος -τα γυναικεία καλλυντικά- για να δούμε τι συμβαίνει, όταν απευθύνεται σε διαφορετικό κοινό. Σε μια κλασική βιτρί-

β.16 Το λαμπερό και σκληρό αλουμίνιο κυριαρχεί σε συνδυασμό με τα καλλυντικά, και προσδιορίζει τον τύπο της γυναίκας στον οποίο απευθύνεται το κατάστημα.



να με γυναικεία καλλυντικά μπορεί το υλικό που κυριαρχεί να είναι κάποιο ακριβό ύφασμα όπως το μετάξι ή το βελούδο, που είναι υλικό «θηλυκό» και πολυτελές και ανταποκρίνεται στην κλασική γυναικεία αισθητική, άρα μπορεί και να προσελκύσει αντίστοιχης νοοτροπίας (αισθητικής) άτομα.

Σε κάποια άλλη περίπτωση όμως, όταν το προϊόν απευθύνεται σε έναν τύπο γυναίκας πιο δυναμικό και δραστήριο, μπορεί να κυριαρχεί ένα διαφορετικό υλικό, όπως το αλουμίνιο, που είναι υλικό έντονο, λαμπερό και δυναμικό και μπορεί να προσελκύσει γυναίκες νεαρές και δραστήριες (εικ. β.16).

Τέλος, σε μια βιτρίνα με φυτικά καλλυντικά μπορούμε να συναντήσουμε ως κυρίαρχο υλικό το ξύλο, που είναι υλικό φυσικό και ταιριάζει τόσο με το προϊόν όσο και με τις προτιμήσεις των αγοραστών οι οποίοι, εφόσον προτιμούν τα φυτικά προϊόντα, προφανώς θα έχουν και μια γενικότερη προτίμηση στα υλικά που μας προσφέρει η φύση (εικ. β.17).

Β. 2.1.3 ΤΑ ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Τα συμπληρωματικά στοιχεία που χρησιμοποιούνται στη διαμόρφωση της βιτρίνας είναι αυτά που συμπληρώνουν την εικόνα της, τη διαφοροποιούν έντονα, ανάλογα με το κοινό στο οποίο απευθύνεται η επιχείρηση, και σκοπό έχουν να αναδείξουν τα προϊόντα και να προσδιορίσουν ένα στιλ, μια ατμόσφαιρα ή έναν τρόπο ζωής. Λειτουργούν, δηλαδή, ως σύμβολα των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που συναντάμε τόσο στα προϊόντα που εκτίθενται, όσο και στα άτομα που τα επιλέγουν.

Για παράδειγμα, μια βιτρίνα με δαντελένια εσώρουχα απευθύνεται σε ένα κοινό που το χαρακτηρίζουν ο ρομαντισμός, η ευαισθησία, η φιλαρέσκεια. Έτσι, αντικείμενα - σύμβολα που συναντάμε να συνοδεύουν το εμπόρευμα μπορεί να είναι οι καθρέφτες ή τα λουλούδια σε διάφορες μορφές. Τα σύμβολα αυτά εκφράζουν ακριβώς τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν το αγοραστικό κοινό και υποτίθεται ότι, ως ένα σημείο, χαρακτηρίζουν και τα προϊόντα που παρουσιάζονται (εικ. β.18).

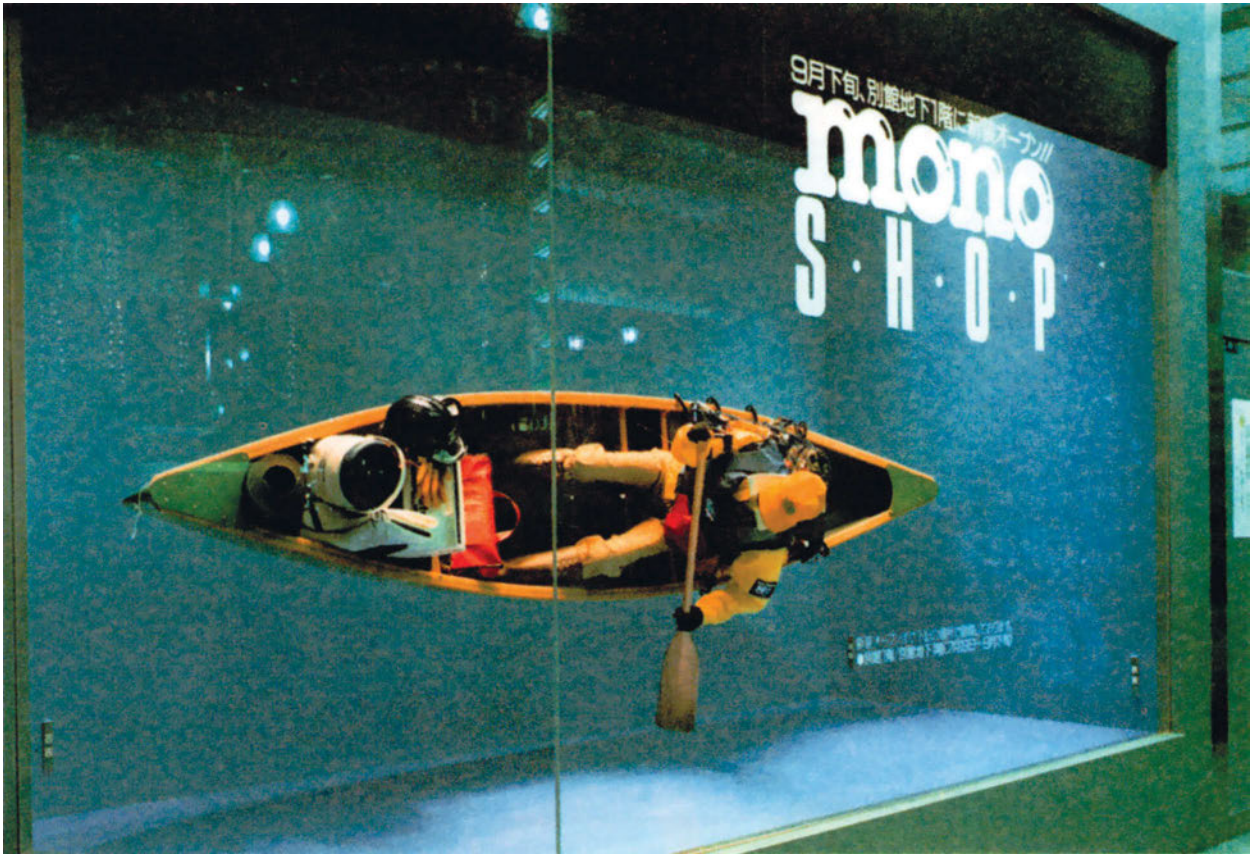
Ανάλογο είναι το επόμενο παράδειγμα που αφορά μια βιτρίνα με спор ρούχα. Το κοινό στο οποίο απευθύνεται είναι συνήθως άτομα νεαρής ηλικίας που χαρακτηρίζονται από ζωντάνια, δράση και κίνηση. Τα αντικείμενα που συνοδεύουν τα προϊόντα αυτής της βιτρίνας θα πρέπει



β.17 Ξύλινες γυναικείες φιγούρες πλαισιώνουν και φιλοξενούν τα φυτικά καλλυντικά.



β.18 Καθρέφτες, πίνακες, λουλούδια και ζεστά χρώματα διαμορφώνουν την ατμόσφαιρα μέσα στην οποία ζουν και κινούνται οι γυναίκες που θα διαλέξουν τα εσώρουχα αυτής της βιτρίνας.



β.19 Η τοποθέτηση του καγιάκ πάνω σε κατακόρυφο επίπεδο αφενός τραβάει ευκολότερα την προσοχή, αφετέρου προσθέτει στο σκηνικό κίνηση, θυμίζοντας ανάλογες θέσεις της διαδρομής του και ξεφεύγοντας από την ισορροπία και τη στατικότητα της οριζόντιας επιφάνειας.

βέβαια να εκφράζουν τα παραπάνω στοιχεία των αγοραστών. Έτσι, μπορεί να συναντήσουμε διάφορα αθλητικά εξαρτήματα, όπως μπάλες ή μηχανήματα γυμναστικής, αλλά σε περισσότερο δυναμικές συνθέσεις, και όταν το μέγεθος του χώρου το επιτρέπει, μπορεί να συναντήσουμε μια μοτοσικλέτα, ένα σερφ ή ακόμη ένα καγιάκ (εικ. β.19).

B. 2.1.4 Η ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΤΩΝ ΧΡΩΜΑΤΩΝ

Ο αριθμός των χρωμάτων που χρησιμοποιούνται κατά τη διαμόρφωση μιας βιτρίνας είναι ένας ακόμη παράγοντας που διαφέρει ανάλογα με το προϊόν και ανάλογα με το κοινό στο οποίο απευθύνεται η επιχείρηση.

Αυτή τη φορά θα αναφερθούμε σε ένα κατάστημα παιδικών παιχνιδιών και σε ένα κατάστημα ανδρικών υποδημάτων.

Εύκολα κατανοούμε ότι στην πρώτη περίπτωση, τόσο λόγω του προϊόντος όσο και λόγω των προτιμήσεων του αγοραστικού κοινού, η ποικιλία των χρωμάτων είναι σαφώς μεγαλύτερη.

Τα ίδια τα παιχνίδια, όπως και οι συσκευασίες τους, μας δίνουν τη μεγαλύτερη χρωματική ποικιλία, καθώς είναι πολύχρωμα και ζωηρόχρωμα. Αλλά και τα στοιχεία που συνοδεύουν το εμπόρευμα, όπως τα διαφημιστικά πανό με το λογότυπο των εταιρειών ή οι υπερμεγέθεις φιγούρες γνωστών παιχνιδιών, είναι και αυτά πολύχρωμα. Τα χαρακτηριστικά αυτά, παρ' όλο που έχουν σκοπό να προσελκύσουν παιδιά, καταφέρνουν να προσελκύσουν και ενήλικους αγοραστές σε τέτοιου είδους αγορές.

Στην δεύτερη περίπτωση, στο κατάστημα ανδρικών υποδημάτων, το κοινό αλλά και το προϊόν χαρακτηρίζονται από λιτότητα και σοβαρότητα, που βεβαίως πρέπει να εκφραστεί και στην παρουσίαση αυτών των προϊόντων. Τα χρώματα εδώ είναι λίγα, συνδυάζονται αρμονικά μεταξύ τους, δε δημιουργούν χρωματικές εντάσεις και συνήθως είναι γήινα ή ουδέτερα.

B. 2.1.5 Ο ΦΩΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Σε κάθε περίπτωση, τα προϊόντα μιας βιτρίνας πρέπει να είναι σωστά φωτισμένα και ευδιάκριτα. Αυτό όμως δεν αποκλείει και τις διαφοροποιήσεις κατά περίπτωση. Έτσι, μπορούμε να συναντήσουμε διαφορετικούς τρόπους φωτισμού. Για παράδειγμα, μπορούμε να δούμε διαφορές στον τρόπο φωτισμού μιας βιτρίνας που παρουσιάζει τρόφιμα και μιας άλλης που παρουσιάζει βραδινά γυναικεία ρούχα.

Στο παράδειγμα αυτό μπορούμε να παρατηρήσουμε και τις αντιδράσεις της ίδιας ομάδας αγοραστών, αλλά κάτω από διαφορετικές συνθήκες, καθώς οι περισσότεροι αγοραστές και των δύο προϊόντων είναι γυναίκες.

Στην περίπτωση της παρουσίασης τροφίμων, ο φωτισμός των προϊόντων πρέπει να είναι γενικός, άπλετος και σχετικά ψυχρός, καθώς το προϊόν πρέπει να παρουσιαστεί άμεσα και ρεαλιστικά, έτοιμο για κάθε είδους έλεγχο.

Αντίθετα, κατά την παρουσίαση βραδινών ρούχων, μια τάση θεατρικότητας ή εξωτισμού κάνουν συχνά την παρουσίαση αυτή πιο αποτελεσματική. Φωτισμός θερμός και τοπικός δίνει ένα αποτέλεσμα πιο «ατμοσφαιρικό» και ίσως πιο κοντινό σε καταστάσεις που θα ήθελε και ο αγοραστής να βιώσει κατά τη χρήση του προϊόντος (εικ. β.20).

Τα παραπάνω παραδείγματα, βέβαια, δε θα πρέπει, σε καμία περίπτωση, να μας οδηγήσουν σε γενικεύσεις και στην αναζήτηση «συνταγών», προκειμένου να διαμορφω-

θεί κάποια βιτρίνα. Κάθε περίπτωση έχει σαφώς τις δικές της ιδιαιτερότητες τις οποίες πρέπει να εντοπίσουμε, ώστε να ενεργήσουμε σύμφωνα με αυτές. Είναι όμως σημαντικό να κατανοήσουμε το ρόλο της βιτρίνας ως μέσου επικοινωνίας, για να θυμόμαστε κάθε φορά πως το πρώτο ζητούμενο είναι να εντοπίσουμε τον κώδικα, το αλφάβητο δηλαδή με το οποίο θα επικοινωνήσουμε με το συγκεκριμένο κοινό, ώστε να μπορέσουμε να το προσελκύσουμε.

β.20 Η πλαισίωση της κούκλας με ποτήρια γεμάτα κρασί και ο ήπιος τοπικός φωτισμός του σκηνικού και της κούκλας προσδιορίζουν τις δραστηριότητες για τις οποίες είναι κατάλληλα τα ρούχα του καταστήματος.



Β. 2.2 ΕΞΩΤΕΡΙΚΕΣ ΒΙΤΡΙΝΕΣ

Στην ενότητα «Η βιτρίνα ως μέσο επικοινωνίας» εξετάσαμε το ρόλο της βιτρίνας στην προσέλκυση αγοραστών στο κατάστημα. Είδαμε περιπτώσεις κατά τις οποίες διαφοροποιούνται κάποια στοιχεία ανάλογα με το προϊόν και το αγοραστικό κοινό. Στην ενότητα αυτή θα εξετάσουμε διαφοροποιήσεις που αφορούν τις διαστάσεις, τη διάταξη στο χώρο και την επικοινωνία τους με το εσωτερικό του καταστήματος. Σύμφωνα με τα παραπάνω προκύπτουν οι εξής τύποι βιτρίνας:

- μικρές και μεγάλες σε μήκος, ύψος και βάθος
- μονές, διπλές ή πολλαπλές σε μία ή περισσότερες όψεις του καταστήματος
- ανοιχτές και κλειστές
- κατά το μήκος του δρόμου ή προς το βάθος του καταστήματος.

Β. 2.2.1 ΒΙΤΡΙΝΕΣ ΜΕΓΑΛΕΣ - ΜΙΚΡΕΣ

Το μέγεθος μιας βιτρίνας καθορίζεται από το μέγεθος του καταστήματος και από το μέγεθος των προϊόντων που φιλοξενεί. Σε μεγάλα προϊόντα, όπως είναι τα έπιπλα ή τα αυτοκίνητα, χρησιμοποιούμε τη μέγιστη διάσταση, ενώ σε μικρά αντικείμενα, όπως είναι τα κοσμήματα ή τα οπτικά, υπάρχει μεγαλύτερη ευελιξία κατά το σχεδιασμό της βιτρίνας, αφού μπορεί να είναι μικρότερη ή μεγαλύτερη, ανάλογα με το ποιο είναι το ζητούμενο.

Η μεγαλύτερη βιτρίνα που μπορούμε να έχουμε είναι αυτή που καταλαμβάνει ολόκληρη την όψη ή τις όψεις του καταστήματος και δεν περιορίζεται ούτε σε βάθος ούτε σε ύψος (εικ. β.21). Σ' αυτή την περίπτωση έχουμε μόνο έναν υαλοπίνακα, που χωρίζει τον εξωτερικό από τον εσωτερικό χώρο του καταστήματος και τοποθετούμε κοντά σ' αυτόν, και με την όψη προς τα έξω, τα προϊόντα που θέλουμε να παρουσιάσουμε.



β.21 Οι «γυάλινοι τοίχοι» και στις δύο όψεις του καταστήματος μεγαλώνουν το μέγεθός του στα μάτια του παρατηρητή.

Η μικρότερη βιτρίνα που μπορούμε να διαμορφώσουμε είναι ένα παράθυρο με μικρό ύψος και μικρό βάθος, η οποία μπορεί να φιλοξενήσει έστω και ένα μόνο μικρό αντικείμενο. (εικ. β.22-β.23).

Σε γενικές γραμμές, οι διαστάσεις σε ύψος και βάθος διαμορφώνονται σύμφωνα με το προϊόν, όπως εμφανίζεται στον πίνακα (σχ. 3).



β.22 Η μικρή βιτρίνα στον εγκάρσιο τοίχο προετοιμάζει τον παρατηρητή για την ύπαρξη μεγάλης βιτρίνας, η οποία, επειδή είναι στο βάθος της πρόσψης, δε φαίνεται, όταν ερχόμαστε από αριστερά.



β.23 Οι μικρές βιτρίνες αιχμαλωτίζουν το βλέμμα του παρατηρητή με ένα ή λίγα αντικείμενα, «υποχρεώνοντάς» τον να επικεντρώσει την προσοχή του στις λεπτομέρειες του κάθε αντικειμένου.

B. 2.2.2 ΒΙΤΡΙΝΕΣ ΜΟΝΕΣ - ΔΙΠΛΕΣ Ή ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ

Παρατηρώντας διάφορα καταστήματα βλέπουμε πως κάποια από αυτά έχουν μία βιτρίνα, κάποια έχουν δύο και μερικά έχουν περισσότερες. Ο αριθμός τους εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως:

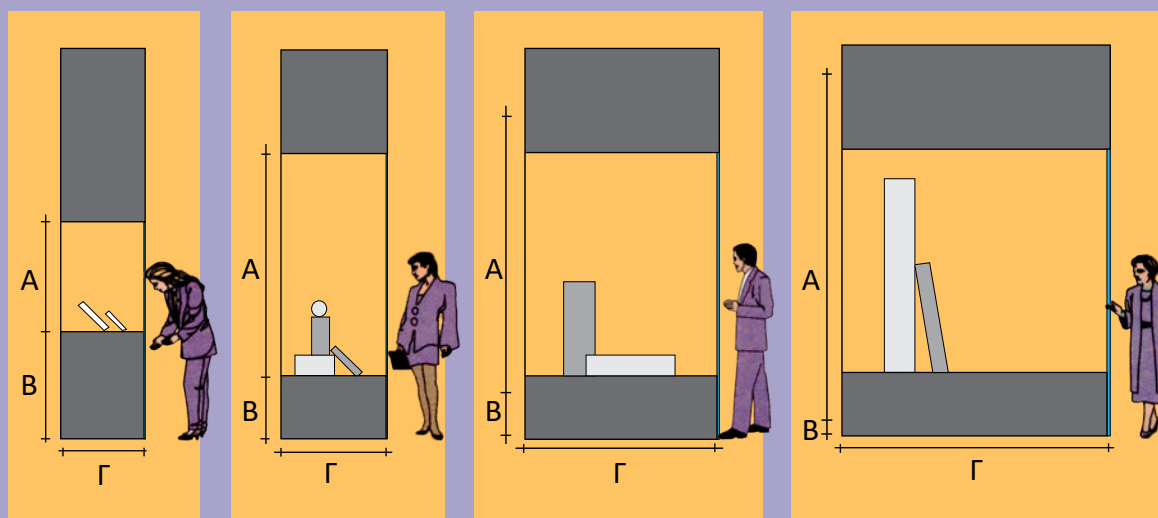
- το μέγεθος του καταστήματος,
- το είδος των προϊόντων που εμπορεύεται,
- ο αριθμός των όψεων του καταστήματος,
- η αρχιτεκτονική του κτιρίου.

Το μέγεθος του καταστήματος

Το πλάτος, το ύψος, αλλά και το βάθος ενός καταστήματος, μπορούν να καθορίσουν τη δυνατότητα ή και την αναγκαιότητα δημιουργίας πολλαπλών βιτρινών.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΩΝ

ΕΙΔΟΣ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΣ	A (ύψος βιτρίνας)	B (ύψος αναβαθμού)	Γ (βάθος βιτρίνας)
Μικρά αντικείμενα (κοσμήματα οπτικά...)	~ 95 cm	75-90 cm	45-95 cm
Αντικείμενα μεσαίου μεγέθους (γυαλικά, ποτά, χαρτικά...)	~ 210 cm	45-75 cm	75-150 cm
Μεγάλα αντικείμενα (ρούχα, είδη σπορ, ηλεκτρικά είδη...)	~ 280 cm	10-45 cm	100-250 cm
Πολύ μεγάλα αντικείμενα (έπιπλα, αυτοκίνητα, χαλιά...)	Έως το ύψος της οροφής	0-10 cm	200-320 cm





β.24 Η μεγάλη έκταση και το ύψος του καταστήματος επιτρέπουν, ή και επιβάλλουν, τη δημιουργία πολλών, βιτρινών.



β.25 Πολλαπλή βιτρίνα σε οριζόντια διάταξη.



β.26 Σε κτίριο ιδιαίτερης μορφολογίας οι βιτρίνες αναπτύσσονται στα παράθυρα του κτιρίου.

Σε μεγάλο πλάτος μπορούμε να έχουμε παράθεση βιτρινών. Κάτι αντίστοιχο μπορεί να συμβεί και σε καταστήματα με μεγάλο ύψος. Σε αυτές τις περιπτώσεις οι βιτρίνες διαμορφώνονται κατά το ύψος του καταστήματος είτε σε κάποιο πατάρι είτε και σε μια ολόκληρη σειρά ορόφων. Αυτές, βέβαια, δεν έχουν το ρόλο της βιτρίνας που βρίσκεται στο επίπεδο του δρόμου. Λειτουργούν περισσότερο ως στοιχεία της πρόσοψης και λιγότερο ως μέσο πληροφόρησης ή προσέλκυσης των αγοραστών (εικ. β.24). Αυτή την περίπτωση τη συναντάμε σε πολυώροφα καταστήματα. Τέλος, στην περίπτωση που έχουμε μεγάλο βάθος, υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας πολλαπλής βιτρίνας προς αυτή την κατεύθυνση, καθώς και βιτρίνας με τη μορφή νησίδας.

Τα προϊόντα

Το είδος και το μέγεθος των προϊόντων καθορίζουν επίσης και τον αριθμό των βιτρινών σε συνάρτηση πάντα με το μέγεθος του καταστήματος. Αν τα προϊόντα έχουν μεγάλο μέγεθος και ο χώρος του καταστήματος είναι περιορισμένος, δεν μπορούμε να αναπτύξουμε πολλές βιτρίνες. Αντίθετα, αν τα προϊόντα έχουν μικρό μέγεθος και η όψη ή οι όψεις του καταστήματος είναι σχετικά μεγάλες, καλό είναι να διαμορφώσουμε περισσότερες και μικρότερες, για να είναι πιο εύκολη η παρατήρηση των προϊόντων (εικ. β.25).

Άλλος ένας παράγοντας που μπορεί να καθορίσει αν θα έχουμε μονή ή πολλαπλή βιτρίνα είναι το είδος των προϊόντων και το κατά πόσο αυτά μπορούν να ομαδοποιηθούν. Κατά πόσο, δηλαδή, μπορούν να χωριστούν σε κατηγορίες, σε ομάδες οι οποίες θα ορίσουν και τους διαφορετικούς χώρους έκθεσης. Αν, για παράδειγμα, ένα κατάστημα υποδημάτων εμπορεύεται και τσάντες, ή άλλα δερμάτινα είδη, μπορούμε να διαμορφώσουμε ξεχωριστές βιτρίνες για την παρουσίαση αυτών των ειδών. Τέτοιες ομαδοποιήσεις μπορούμε να κάνουμε σε πολλές κατηγορίες προϊόντων, όπως, για παράδειγμα, σε ανδρικά - γυναικεία είδη, χρυσά - ασημένια κοσμήματα, κρύσταλλα - πορσελάνες, επιστημονικά - λογοτεχνικά βιβλία κτλ.

Στο σημείο αυτό πρέπει να τονίσουμε ότι στην περίπτωση που έχουμε διπλές ή πολλαπλές βιτρίνες, δεν είναι απαραίτητο να έχουν όλες το ίδιο μέγεθος σε ύψος, πλάτος ή βάθος.

Ο αριθμός των όψεων του καταστήματος

Ο αριθμός των όψεων που έχει ένα κατάστημα καθορίζεται από τη θέση του στο δρόμο. Αν βρίσκεται μεταξύ

άλλων κτιρίων έχει μία όψη, αν είναι γωνιακό έχει δύο όψεις, και, σε λίγες περιπτώσεις, έχουμε καταστήματα με τρεις και τέσσερις όψεις. Αντίστοιχα, λοιπόν, σε καθεμία από αυτές τις περιπτώσεις αυξάνεται ή μειώνεται η δυνατότητα για ανάπτυξη περισσότερων βιτρινών.

Η αρχιτεκτονική του κτιρίου

Σε κάποιες περιπτώσεις η αρχιτεκτονική του κτιρίου καθορίζει και τον αριθμό των βιτρινών. Μπορεί το κατάστημα να στεγάζεται σε κτίριο με μορφολογικές ιδιαιτερότητες στις οποίες δεν πρέπει να επέμβουμε. Σε ένα κτίριο διατηρητέο ή σε ένα κτίριο που φέρει παραδοσιακά αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά της περιοχής του δεν μπορούμε και δε θέλουμε να επέμβουμε. Σ' αυτές τις περιπτώσεις χρησιμοποιούμε για βιτρίνες όσα και όποια ανοίγματα προσφέρονται από το ίδιο το κτίριο (εικ. β.26-β.27).

Β. 2.2.3 ΒΙΤΡΙΝΕΣ ΑΝΟΙΧΤΕΣ-ΚΛΕΙΣΤΕΣ

Ανοιχτές ή κλειστές χαρακτηρίζουμε τις βιτρίνες ανάλογα με την οπτική επικοινωνία που έχουμε ως παρατηρητές με το εσωτερικό του καταστήματος. Μια βιτρίνα μπορεί να είναι ανοιχτή ή κλειστή, ανεξάρτητα από το μέγεθος της, με εξαίρεση τις πολύ μεγάλες βιτρίνες που παρουσιάζουν έπιπλα ή αυτοκίνητα και που είναι κατά κανόνα ανοιχτές. Ανοιχτές είναι συνήθως και οι βιτρίνες των πολύ μικρών καταστημάτων, χωρίς όμως αυτό να είναι δεσμευτικό. Σε κάποιες εξαιρετικές περιπτώσεις μπορούμε να συναντήσουμε και εντελώς ανοιχτές βιτρίνες, που δεν έχουν δηλαδή ούτε υαλοπίνακα να τις χωρίζει από τον εξωτερικό χώρο, κυρίως σε μεγάλα καταστήματα που έχουν σχετικά μεγάλα εμπορεύματα.

Οι ανοιχτές βιτρίνες δίνουν τη δυνατότητα να παρατηρεί κανείς το εσωτερικό του καταστήματος. Αυτό, σε κάποιες περιπτώσεις, μπορεί να λειτουργεί θετικά, διότι κάνει τον χώρο οικείο και προκαλεί τον παρατηρητή να προχωρήσει προς τα μέσα. Επιπλέον, επιτρέπουν την παρατήρηση κάποιων εσωτερικών εκθετηρίων και με τον τρόπο αυτό αυξάνουν ουσιαστικά τον αριθμό των προϊόντων που παρουσιάζει το κατάστημα στο κοινό.

Άλλο χαρακτηριστικό των ανοιχτών βιτρινών είναι ότι αφήνουν το φυσικό φωτισμό να περάσει στο εσωτερικό του καταστήματος και το βλέμμα του επισκέπτη να περάσει στον εξωτερικό χώρο. Αυτά είναι δύο στοιχεία που συχνά μπορεί να φανούν χρήσιμα, ανάλογα με το είδος των προϊόντων (αν πρέπει να τα παρατηρήσουμε σε φυσικό



β.27 Για την βιτρίνα και την είσοδο χρησιμοποιήθηκαν αναγκαστικά τα ανοίγματα που υπήρχαν στην πρόσοψη.

φως ή όχι) ή ανάλογα με το μέγεθος του καταστήματος.

Να αναφέρουμε επίσης ότι οι ανοιχτές βιτρίνες είναι φθηνότερες, διότι δεν απαιτούν ιδιαίτερη κατασκευή και διότι προσεγγίζονται εύκολα, προκειμένου να γίνει αλλαγή προϊόντων, συντήρηση των φωτιστικών και καθαρισμός.

Οι κλειστές βιτρίνες απομονώνουν το χώρο παρουσίασης των προϊόντων από το εσωτερικό του καταστήματος. Με τον τρόπο αυτό προσφέρουν μεγαλύτερες δυνατότητες δημιουργίας σκηνικών, καθώς λειτουργούν σαν μια σκηνή στην οποία μπορεί να εξελιχθεί μια παράσταση ή να αποτυπωθεί μια στιγμή ιδιαίτερη ή καθημερινή. Επικεντρώνουν το βλέμμα του παρατηρητή στα προϊόντα, καθώς δεν το αφήνουν να μπερδευτεί περιπλανώμενο σε παραστάσεις του εσωτερικού χώρου του καταστήματος. Προσφέρουν περισσότερους «τοιίχους» στο εσωτερικό του καταστήματος για ράφια και άλλες κατασκευές. Τέλος, προσφέρουν μεγαλύτερη ασφάλεια (καθώς δεν επιτρέπουν την πρόσβαση στους επισκέπτες του καταστήματος) και μεγαλύτερη προστασία από τη σκόνη (εικ. β.28).

Εκτός όμως από τις τελείως κλειστές ή τις τελείως ανοιχτές βιτρίνες, μπορούμε, κατά περίπτωση, να συνδυάσουμε τις ιδιαιτερότητες του ενός ή του άλλου τύπου βιτρίνας σύμφωνα με τις ανάγκες του καταστήματος.

Μπορεί, για παράδειγμα, να θέλουμε την ασφάλεια και την προστασία από τη σκόνη που μας προσφέρει μια κλειστή βιτρίνα, διότι κάποια προϊόντα είναι ευαίσθητα στη σκόνη ή είναι πολύτιμα, αλλά να χρειαζόμαστε το φυσικό φωτισμό ή το «άνοιγμα» στον εξωτερικό χώρο, διότι

β.28 Στο διαχωριστικό τοίχο της κλειστής βιτρίνας μια ανάγλυφη σύνθεση, κατάλληλα φωτισμένη, δίνει το φόντο για την παρουσίαση των εκθεμάτων.



το κατάστημα είναι ιδιαίτερα μικρό. Στην περίπτωση αυτή μπορούμε να διαμορφώσουμε μια βιτρίνα εξ ολοκλήρου κλειστή, αλλά με τζάμι.

Σε άλλη περίπτωση μπορεί να θέλουμε να αποκλείσουμε την οπτική επαφή με το εσωτερικό του καταστήματος, για να παρουσιάσουμε καλύτερα τα προϊόντα σε ένα επιλεγμένο φόντο, αλλά μια τέτοια κατασκευή μπορεί να είναι οικονομικά ασύμφορη, ή μπορεί να μη τη θέλουμε κλειστή όλες τις περιόδους. Σ' αυτή την περίπτωση μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε μεγάλα πανό ή εκθετήρια με μεγάλες πλάτες που κρύβουν τη θέα του εσωτερικού χώρου (εικ. β.29).

Β. 2.2.4 ΒΙΤΡΙΝΕΣ ΚΑΤΑ ΜΗΚΟΣ Ή ΠΡΟΣ ΤΟ ΒΑΘΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

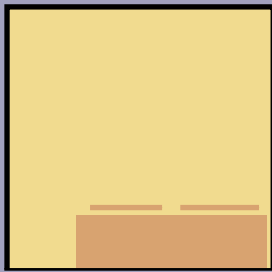
Οι βιτρίνες ενός καταστήματος μπορεί να αναπτύσσονται κατά μήκος του δρόμου ή και προς το βάθος του καταστήματος. Στην περίπτωση που αναπτύσσονται κατά μήκος του δρόμου προσφέρουν σε άμεση θέαση όλα τα προϊόντα που παρουσιάζουν και έτσι έχουν περισσότερες πιθανότητες να τραβήξουν το βλέμμα του περαστικού με κάποιο από αυτά. Επίσης, επιτρέπουν τη μέγιστη χρησιμοποίηση του εσωτερικού χώρου του καταστήματος.

Αυτές που αναπτύσσονται και προς το βάθος του καταστήματος δημιουργούν έναν προθάλαμο όπου ο παρατηρητής μπορεί να δει τα προϊόντα που παρουσιάζονται με περισσότερη άνεση. Προφυλαγμένος από την κίνηση του δρόμου και από κακές καιρικές συνθήκες, έχει τη δυνατότητα να προσέξει περισσότερο αυτό που βλέπει. Είναι καλή λύση, κυρίως σε καταστήματα με μεγάλο βάθος και μικρή πρόσοψη. Με αυτό τον τρόπο μεγαλώνουμε τις διαστάσεις της βιτρίνας, δημιουργούμε νησίδα και μεγαλώνουμε τον αριθμό των εκθεσιακών χώρων. Τέτοιες βιτρίνες παρασύρουν τον παρατηρητή προς την είσοδο του καταστήματος, καθώς διαμορφώνουν μια πορεία προς αυτή, την οποία ακολουθεί, καθώς βλέπει τα προϊόντα. Ακολουθούν σχέδια με παραδείγματα από τύπους βιτρινών που περιγράψαμε πιο πάνω (σχ. 4,5).

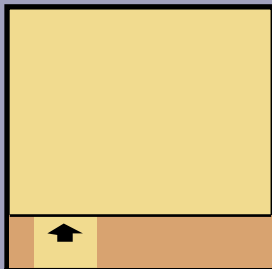


β.29 Πανό που πλαισιώνει το προϊόν και εμποδίζει εν μέρει την οπτική επαφή με τον εσωτερικό χώρο.

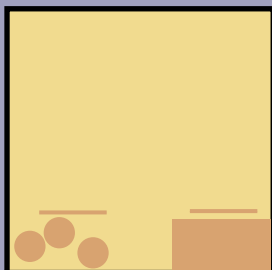
ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΒΙΤΡΙΝΩΝ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΙΑΣ ΟΨΗΣ ΜΕ ΜΙΑ ΕΙΣΟΔΟ



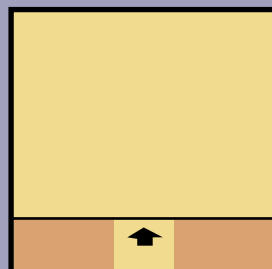
Ανοιχτή βιτρίνα
στη μέγιστη
δυνατή διάσταση.
Είσοδος στα όρια
της πρόσοψης.



Διπλή κλειστή βιτρίνα.
Άνισοι εκθεσιακοί
χώροι για προβολή
διαφορετικών εκθεμάτων.

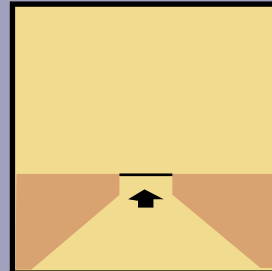


Διπλή ανοιχτή βιτρίνα.
Εκθεσιακοί χώροι
ίδιας έκτασης,
με διαφορετική
οργάνωση.

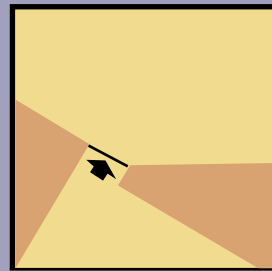


Διπλή κλειστή βιτρίνα.
Συμμετρική οργάνωση.
Δυνατότητα δημιουργίας
σκηνικού.

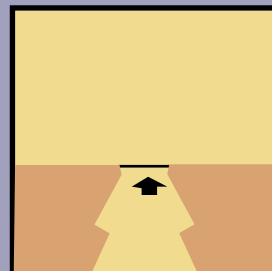
ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΒΙΤΡΙΝΩΝ ΠΟΥ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΙ ΠΡΟΣ ΤΟ ΒΑΘΟΣ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΙΑΣ ΟΨΗΣ



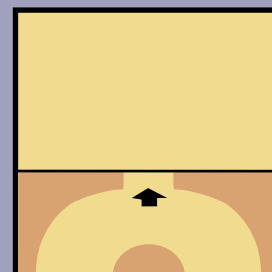
Διπλή βιτρίνα.
Απόλυτα συμμετρική
διάταξη με
κεντρική είσοδο.



Ασύμμετρη διπλή
βιτρίνα. Κατάλληλη
για οργάνωση
πρωτότυπης διάταξης
των εκθεμάτων.

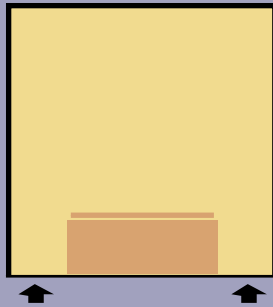


Διπλή συμμετρική
βιτρίνα με μεγάλο βάθος.
Η θέση παρατήρησης
δίνει την αίσθηση
κλειστής βιτρίνας.

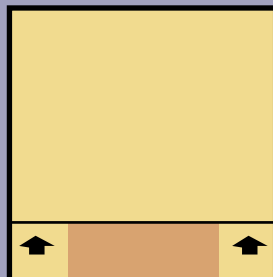


Τριπλή συμμετρική
βιτρίνα. Πολλές
δυνατότητες για
ομαδοποίηση
διαφορετικών προϊόντων.

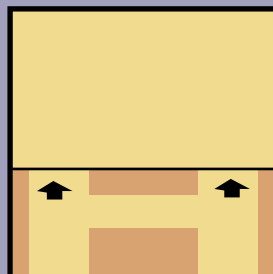
ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΒΙΤΡΙΝΩΝ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΙΑΣ ΟΨΗΣ ΜΕ ΔΥΟ ΕΙΣΟΔΟΥΣ



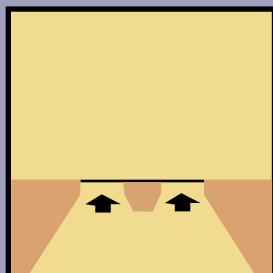
Ανοιχτή βιτρίνα.
Απλή μορφή,
άμεση επικοινωνία.
Είσοδοι στα όρια
της πρόσοψης.



Κλειστή βιτρίνα.
Δυνατότητα
διακόσμησης
των τοίχων στο
πλάι των εισόδων.

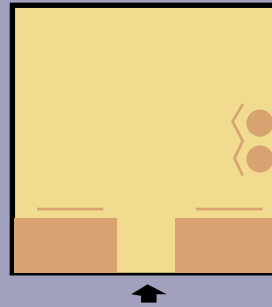


Πολλαπλή βιτρίνα
με νησίδα και
εκθεσιακούς χώρους
σε διάφορες διαστάσεις.

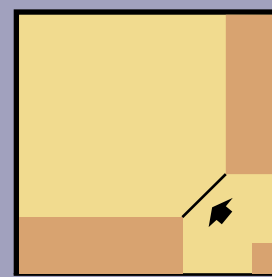


Τριπλή βιτρίνα
με μικρό κεντρικό
χώρο έκθεσης.
Προβολή ενός
προϊόντος.

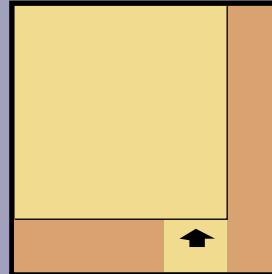
ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΒΙΤΡΙΝΩΝ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΔΥΟ ΟΨΕΩΝ (ΓΩΝΙΑΚΑ)



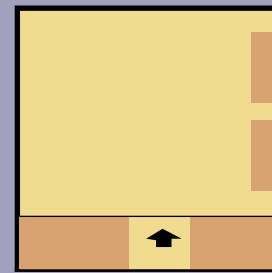
Ανοιχτές βιτρίνες, με
είσοδο στο κέντρο
της μίας πλευράς.
Δυνατότητα θέασης
του εσωτερικού.



Κλειστές βιτρίνες,
με συμμετρική διάταξη
ως προς τη διαγώνιο.
Είσοδος στη γωνία.



Διπλή κλειστή βιτρίνα,
με μεγάλη δυνατότητα
ανάπτυξης σκηνοκτικού.



Πολλαπλή κλειστή βιτρίνα.
Καλή ομαδοποίηση των
προϊόντων ή και προβολή
μεμονωμένων εκθεμάτων.

B. 2.3 ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΣ ΒΙΤΡΙΝΕΣ

Οι εσωτερικές βιτρίνες έχουν λίγο διαφορετικό ρόλο από τις εξωτερικές. Απευθύνονται σε ένα κοινό πιο συγκεκριμένο, δε χρειάζεται δηλαδή να προκαλέσουν το βλέμμα του περαστικού. Απευθύνονται στον υποψήφιο αγοραστή, σ' αυτόν που έχει ήδη επισκεφτεί το κατάστημα, και υπάρχει εκ μέρους του πρόθεση για αγορά. Στόχος είναι να παρουσιαστεί με ξεχωριστή έμφαση ένα προϊόν ή μια σειρά νέων προϊόντων ή μια προσφορά του καταστήματος.

Οι εσωτερικές βιτρίνες, ή εκθετήρια προϊόντων, μπορούν να χωριστούν σε κατηγορίες σύμφωνα με κάποια χαρακτηριστικά τους. Έτσι, έχουμε:

- εκθετήρια ανοιχτά και κλειστά,
- εκθετήρια παρουσίασης, προβολής και διαφήμισης και
- εκθετήρια επιδαπέδια, επιτραπέζια και επιτοίχια.



β.30 Ο αγοραστής μπορεί να αγγίξει τα προϊόντα ή να διαβάξει τα κουτιά στο παραπάνω ανοιχτό εκθετήριο.

B. 2.3.1 ΕΚΘΕΤΗΡΙΑ ΑΝΟΙΧΤΑ - ΚΛΕΙΣΤΑ

Μέσα στα καταστήματα συναντάμε συχνά και τους δύο αυτούς τύπους εκθετηρίων, οι οποίοι μπορεί να ανήκουν σε οποιαδήποτε από τις άλλες κατηγορίες. Μπορεί, δηλαδή, να παρουσιάζουν, να προβάλλουν ή να διαφημίζουν τα προϊόντα τους και να έχουν ανεξάρτητη στήριξη στο πάτωμα ή να ακουμπούν σε κάποιο πάγκο ή να κρέμονται στον τοίχο.

Μια γυάλινη προθήκη στην είσοδο του καταστήματος, μια σύνθεση προϊόντων σε ένα ράφι στον τοίχο, μια κούκλα στη σκάλα ή ένα διαφημιστικό σταντ κάποιας εταιρείας στο κέντρο του καταστήματος αποτελούν εκθετήρια μεγαλύτερου ή μικρότερου μεγέθους που μπορεί να είναι ανοιχτά ή κλειστά με τζάμι.

Τα ανοιχτά εκθετήρια έχουν μεγαλύτερη αμεσότητα και συχνά επιτρέπουν και την επαφή με το προϊόν, προσφέροντας έτσι άλλο ένα κίνητρο στον παρατηρητή για να το προσέξει (εικ β.30).

Τα κλειστά εκθετήρια είναι πιο κοντά στις εξωτερικές βιτρίνες. Κρατούν σε απόσταση τον παρατηρητή εξυψώνοντας έτσι το προϊόν και, βέβαια, προσφέρουν μεγαλύτερη ασφάλεια. Είναι πιο κατάλληλα για αντικείμενα μικρού μεγέθους, μεγάλης αξίας ή εύθραυστα, π.χ. κοσμήματα, κρύσταλλα κτλ. (εικ. β.31).



β.31 Στα κλειστά εκθετήρια μπορούμε μόνο να παρατηρούμε τα προϊόντα.

Β. 2.3.2 ΕΚΘΕΤΗΡΙΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ, ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Ο διαχωρισμός εδώ δεν είναι τόσο σαφής όσο στην περίπτωση των ανοιχτών και των κλειστών εκθετηρίων. Τα εκθετήρια αυτά μπορεί να ανήκουν στη μία ή στην άλλη κατηγορία, και ο διαχωρισμός τους γίνεται με κριτήριο το ρόλο που παίζουν στην παρουσίαση των προϊόντων.

- Τα εκθετήρια παρουσίασης φιλοξενούν ένα προϊόν ή μία σύνθεση προϊόντων με μόνο σκοπό την καλύτερη παρουσίασή τους, όταν αυτά δε φαίνονται καλά στα ράφια του καταστήματος. Αυτό συμβαίνει όταν, για παράδειγμα, πρόκειται για ρούχα διπλωμένα ή για προϊόντα που βρίσκονται μέσα σε συσκευασίες ή σε ράφια που δε βρίσκονται σε προσιτό σημείο. Τα εκθετήρια αυτά συνήθως δεν έχουν ιδιαίτερα διακοσμητικά και διαφημιστικά στοιχεία και η παρουσία τους είναι διακριτική. Τις περισσότερες φορές είναι ανοιχτά και αποτελούν μέρος του σταθερού εξοπλισμού του καταστήματος (εικ. β.32).

- Τα εκθετήρια προβολής έχουν στόχο να παρουσιάσουν με τέτοιο τρόπο τα προϊόντα που φιλοξενούν, ώστε αυτά να ξεχωρίσουν από το υπόλοιπο εμπόρευμα. Βρίσκονται σε περίοπτη θέση και έχουν ιδιαίτερο σχεδιασμό, που ακολουθεί τα γενικά χαρακτηριστικά του καταστήματος. Μπορεί να είναι ανοιχτά ή κλειστά, συχνά έχουν ιδιαίτερο φωτισμό, μπορεί να έχουν επάνω τους το σήμα ή το λογότυπο του καταστήματος ή διάφορων εταιρειών των οποίων τα προϊόντα φιλοξενούνται σταθερά στο σημείο αυτό του καταστήματος. Αποτελούν μέρος του σταθερού εξοπλισμού του καταστήματος (εικ. β.33).

- Τα διαφημιστικά εκθετήρια παρουσιάζουν μια ιδιαιτερότητα. Είναι κατασκευές όχι του καταστήματος αλλά άλλων εταιρειών που κατασκευάζουν τα προϊόντα τα οποία το κατάστημα εμπορεύεται, εκτός από κάποιες περιπτώσεις κατά τις οποίες το κατάστημα εμπορεύεται προϊόντα δικής του παραγωγής. Σκοπό έχουν να παρουσιάσουν με τον ελκυστικότερο τρόπο τα προϊόντα τους και χρησιμοποιούν όλα τα μέσα που προσφέρει η διαφήμιση. Έχουν ιδιαίτερο σχεδιασμό, με στοιχεία που συναντάμε και στο προϊόν, όπως τα χρώματα, κάποια σχέδια ή το σχήμα του. Επίσης, μπορεί να χρησιμοποιηθούν στοιχεία από τη διαφημιστική καμπάνια του προϊόντος στον τύπο, στην τηλεόραση ή και στο ραδιόφωνο. Τα στοιχεία αυτά αποδίδονται με τη χρησιμοποίηση φωτογραφιών, με την αναγραφή κάποιου σλόγκαν ή με τη χρησιμοποίηση ειδικών κατασκευών ή άλλων αντικειμένων. Και, φυσικά, φέρουν πάντα το σήμα



β.32 Αντιπροσωπευτικά κομμάτια από τα διπλωμένα στα ράφια προϊόντα τα βλέπουμε ανοιχτά στα εκθετήρια παρουσίασης.



β.33 Κάποια προϊόντα απαιτούν ξεχωριστή παρουσίαση σε εκθετήρια προβολής.



β.35 Επιδαπέδια εκθετήρια με διαφορετικές αρχές στο σχεδιασμό τους, προσαρμοσμένα στο ύψος και στις ανάγκες του χώρου και των προϊόντων που φιλοξενούν.



β.36 Επιδαπέδια εκθετήρια τα οποία χρησιμοποιούνται και σαν πάγκοι επίδειξης των προϊόντων.

ή το λογότυπο της εταιρείας. Τις περισσότερες φορές είναι ανοιχτά και μικρά και παρουσιάζουν μικρού μεγέθους εμπορεύματα, όπως είναι τα αρώματα ή τα οπτικά. Δεν αποτελούν μέρος του σταθερού εξοπλισμού του καταστήματος (εικ. β.34).

Β. 2.3.3 ΕΚΘΕΤΗΡΙΑ ΕΠΙΔΑΠΕΔΙΑ, ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ, ΕΠΙΤΟΙΧΙΑ

Στις κατηγορίες αυτές κατατάσσουμε τα εκθετήρια ανάλογα με την κατασκευή και τον τρόπο στήριξής τους. Μπορεί να ανήκουν σε οποιαδήποτε από τις παραπάνω κατηγορίες. Στη συνέχεια, θα αναφέρουμε και σε ποιες κατηγορίες τα συναντάμε συχνότερα.

- Τα επιδαπέδια εκθετήρια είναι αυτά που έχουν ανεξάρτητη στήριξη στο πάτωμα (εικ. β.35). Μπορεί να είναι μεγάλα ή μικρά και να στηρίζονται σε ένα ή περισσότερα πόδια. Μπορεί να είναι ειδική κατασκευή ή να πρόκειται για ένα απλό τραπέζι. Σε άλλες περιπτώσεις μπορεί να είναι ογκώδεις και συμπαγείς κατασκευές π.χ. γεωμετρικά στερεά, όπως ένας κύβος ή ένας κώνος, που να στηρίζονται κατευθείαν στο πάτωμα. Μπορεί να είναι κατασκευές ανοιχτές ή κλειστές, με ή χωρίς ανεξάρτητο φωτισμό. Μπορεί να είναι εκθετήρια παρουσίασης ή προβολής. Μπορεί να παίζουν αποκλειστικά το ρόλο του εκθετηρίου ή να εξυπηρετούν κι άλλες ανάγκες του καταστήματος.

Αυτό γίνεται σε πάγκους εξυπηρέτησης που λειτουργούν και ως βιτρίνες προϊόντων, όπως συχνά συμβαίνει σε κοσμηματοπωλεία και σε άλλα καταστήματα με προϊόντα μικρού μεγέθους (εικ. β.36). Όταν πρόκειται για εκθετήρια που εξυπηρετούν και άλλες ανάγκες, ή για ειδικές κατασκευές, ανήκουν στο σταθερό εξοπλισμό του καταστήματος. Όταν πρόκειται για κάποιο τραπέζι που φιλοξενεί μια σύνθεση προϊόντων, μπορεί να μην ανήκει στο σταθερό εξοπλισμό του καταστήματος, αλλά να χρησιμοποιείται εποχιακά, όταν δημιουργείται η ανάγκη για έκθεση περισσότερων προϊόντων.

- Τα επιτραπέζια εκθετήρια είναι μικρότερες συνήθως κατασκευές. Μπορούμε να τα συναντήσουμε πάνω στους πάγκους ή στα ράφια των καταστημάτων ή πάνω στο ταμείο. Παρουσιάζουν, συνήθως, λιγότερα προϊόντα από όσα τα επιδαπέδια εκθετήρια. Τις περισσότερες φορές είναι ανοιχτά και συχνά είναι διαφημιστικά και δεν ανήκουν στο σταθερό εξοπλισμό του καταστήματος (εικ. β.37).

- Τα επιτοίχια εκθετήρια, που κάποιες φορές είναι και εντοιχισμένα, είναι συνήθως κατασκευές του καταστήμα-



β. 34 Διαφημιστικό εκθετήριο με έντονη την κυριαρχία του χρώματος το οποίο χαρακτηρίζει το προϊόν (μαθητική εργασία).



β.37 Επιτραπέζιο διαφημιστικό εκθετήριο γνωστής εταιρείας ποτών, που, σε κάποια θέση του, επαναλαμβάνει στοιχεία από την ετικέτα του προϊόντος (μαθητική εργασία).



β.38 Μικρά παράθυρα διάφορων σχημάτων, σε κάρναθο, με ένα προϊόν στο καθένα, συνθέτουν το επιτοίχιο εκθετήριο προβολής σε κατάστημα υποδημάτων.



β.39 Στο επιτοίχιο εκθετήριο παρουσίασης, ανάμεσα στα ράφια, τα ξεδιπλωμένα τζινς πλαισιώνονται από διακοσμητικό γραφιστικό υλικό σχετικό με το προϊόν.

τος. Μπορεί να είναι αναρτημένες προθήκες ή ράφια ή διαμορφωμένα παράθυρα, ανοιχτά ή κλειστά. Τα συναντάμε ανάμεσα στα ράφια των καταστημάτων, κοντά στα δοκιμαστήρια στα καταστήματα ρούχων, σε σκάλες ή σε πατάκια ή πίσω από το ταμείο. Πρόκειται συνήθως για εκθετήρια προβολής, σπανιότερα για εκθετήρια παρουσίασης και σχεδόν ποτέ δεν είναι διαφημιστικά. Αποτελούν μέρος του σταθερού εξοπλισμού του καταστήματος (εικ. β.38-β.39).

B. 2.4 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΚΘΕΜΑΤΩΝ

Η οργάνωση των εκθεμάτων στο χώρο της βιτρίνας σκοπό έχει τη σωστή λειτουργία της. Την εύκολη δηλαδή ανάγνωση όλων των στοιχείων της από τον παρατηρητή. Τα στοιχεία αυτά αποτελούν πληροφορίες που αφορούν, συνήθως, τα είδη των προϊόντων, τις κατασκευάστριες εταιρείες, τα μεγέθη, τα χρώματα, τις τιμές, τις ειδικές προσφορές κτλ.

Οι τρόποι με τους οποίους μπορούμε να οργανώσουμε τα προϊόντα που εκθέτουμε είναι οι εξής:

- α. να ομαδοποιήσουμε τα προϊόντα και να εκθέσουμε κάθε ομάδα χωριστά
- β. να εκθέσουμε συνθέσεις που αποτελούνται από διάφορα είδη προϊόντων
- γ. να παρουσιάσουμε παράλληλα ομάδες προϊόντων και συνθέσεις με προϊόντα διάφορων ομάδων

α. Παρουσίαση ομάδων

Η σωστή οργάνωση των προϊόντων προϋποθέτει την καλή ομαδοποίησή τους. Στην περίπτωση των πολλαπλών βιτρινών η ομαδοποίηση διευκολύνεται, καθώς καθεμιά από αυτές μπορεί να φιλοξενεί διαφορετικό είδος προϊόντων, όπως ήδη έχουμε αναφέρει. Συχνά, όμως, οι κατηγορίες των προϊόντων είναι περισσότερες από τον αριθμό των βιτρινών, και για το λόγο αυτό πρέπει να προσέχουμε τη σωστή ομαδοποίηση των προϊόντων και στην κάθε βιτρίνα χωριστά.

Ο χωρισμός των προϊόντων σε ομάδες μπορεί να γίνει με βάση:

- την κατασκευάστρια εταιρεία (ο χωρισμός δηλαδή των προϊόντων να γίνει σύμφωνα με τη «μάρκα» τους),
- το είδος των προϊόντων (π.χ. ανδρικά - γυναικεία - παιδικά),
- το υλικό των προϊόντων (π.χ. κρύσταλλα - πορσελάνες-ανοξείδωτα),
- το μέγεθος των προϊόντων (π.χ. τσάντες-πορτοφόλια),
- το χρώμα σε περιπτώσεις καταστημάτων που εμπορεύονται ένα μόνο είδος προϊόντων (π.χ. πουκάμισα τοποθετημένα κατά χρώμα).

β. Παρουσίαση συνθέσεων

Η ομαδοποίηση των προϊόντων βοηθάει στην εύκολη ανάγνωση της βιτρίνας, υπάρχει όμως πάντα ο κίνδυνος ο απόλυτος διαχωρισμός τους να δημιουργήσει βιτρίνες βαρετές, χωρίς ενδιαφέρον. Για να αποφύγουμε αυτό τον κίνδυνο, μπορούμε να δημιουργήσουμε παράλληλα συνθέσεις διαφορετικών τύπων προϊόντων, και περιφερειακά να γίνει η έκθεσή τους κατά ομάδες.

Έτσι, για παράδειγμα, σε κατάστημα με ρούχα ανδρικά και γυναικεία που διαθέτει μία μόνο βιτρίνα μπορούμε στο κέντρο να παρουσιάσουμε ένα ζευγάρι κούκλες ντυμένες με ρούχα ανδρικά η μία και γυναικεία η άλλη, και δεξιά και αριστερά τους να τοποθετήσουμε επίπεδα με τις αντίστοιχες ομάδες ρούχων.

γ. Παράλληλη παρουσίαση ομάδων και συνθέσεων

Όταν το κατάστημα διαθέτει πολλαπλές βιτρίνες, μπορούμε σε κάποια από αυτές να δημιουργήσουμε μια σύνθεση προϊόντων όλων των ομάδων και στις άλλες να γίνει ο διαχωρισμός και η παρουσίαση της κάθε ομάδας χωριστά.

Για παράδειγμα, ένα κατάστημα μπορεί να εμπορεύεται ρούχα εγκυμοσύνης, ρούχα και προϊόντα για βρέφη και είδη βρεφανάπτυξης (έπιπλα, καρτσάκια κτλ.). Σε μια κλειστή βιτρίνα μπορεί να γίνει αναπαράσταση, ανάπτυξη σκηνικού ενός βρεφικού δωματίου, όπου εμφανίζεται μια κούκλα μέλλουσας μητέρας, και περιφερειακά να γίνει παράθεση επίπλων, φωτιστικών, λευκών ειδών, ρούχων και παιχνιδιών για το μωρό.

Μια τέτοια παρουσίαση μπορεί να εξυπηρετεί καθαρά αισθητικούς λόγους -για τη δημιουργία ενδιαφέρουσας σύνθεσης- ή, σε άλλη περίπτωση, μπορεί να επιβάλλεται για πρακτικούς λόγους. Αν δηλαδή το κατάστημα διαθέτει μεγάλη ποικιλία προϊόντων, αλλά μικρό χώρο έκθεσης, υπάρχει η ανάγκη για παρουσίαση μικρού αριθμού προϊόντων ή και ενός μόνο αντιπροσωπευτικού δείγματος από κάθε είδος.

Όταν δημιουργούμε αυτού του τύπου τις μεικτές βιτρίνες, θα πρέπει να γνωρίζουμε τον κίνδυνο της σύγχυσης που συχνά παρατηρείται. Θα πρέπει να γίνεται κατανοητό στον παρατηρητή ποια από τα προϊόντα που παρουσιάζονται στη βιτρίνα προσφέρονται προς πώληση και ποια βρίσκονται εκεί για διακοσμητικούς λόγους. Για την αποφυγή αυτής της σύγχυσης, είναι καλό να αναγράφονται σε κάποιο σημείο πληροφορίες για τα εμπορεύματα, όπως η τιμή ή η κατασκευάστρια εταιρεία, ή κάποια τεχνικά ή άλλα χαρακτηριστικά τους.



β.40 Χρωματιστά ανάγλυφα στοιχεία, τα οποία, με τη μορφή και τον τρόπο που επαναλαμβάνονται, αποδίδουν έντονα το στοιχείο του ρυθμού.



β.41 Η στατικότητα που δημιουργείται από τη σύνθεση της κούκλας με το παγκάκι διασπάται από τις έντονες διαγώνιες που δημιουργεί η «κίνηση» στο ύφασμα.

B. 2.4.1 ΟΙ ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΣΤΗ ΒΙΤΡΙΝΑ

Ανεξάρτητα από τον τύπο της βιτρίνας που διαμορφώνουμε κάθε φορά, υπάρχουν κάποιοι κανόνες για τη σωστή οργάνωση και την καλύτερη παρουσίαση των εκθεμάτων. Σε κάθε περίπτωση, δημιουργούμε μια σύνθεση διάφορων στοιχείων. Η σύνθεση αυτή στηρίζεται σε αρχές και σε κανόνες που διδαχθήκαμε στο μάθημα «Αρχές Σύνθεσης», στην Α΄ τάξη του πρώτου κύκλου σπουδών του τομέα μας.

Τα προϊόντα που εκθέτουμε αποτελούν τα βασικά στοιχεία, βοηθητικά όμως χρησιμοποιούμε και άλλα διακοσμητικά στοιχεία, τα οποία πρέπει να λάβουμε υπόψη μας, καθώς αποτελούν και αυτά μέρος της τελικής σύνθεσης. Όλα τα στοιχεία που συμμετέχουν μπορούμε να τα θεωρήσουμε σημεία, γραμμές, σχήματα και επίπεδα. Έτσι, ανάλογα με το σχήμα και το μέγεθος των προϊόντων, κάθε φορά, μπορούμε να δημιουργήσουμε συνθέσεις με κυρίαρχο στοιχείο το σημείο (π.χ. σε βιτρίνες κοσμημάτων ή παπουτσιών), τη γραμμή (π.χ. σε βιτρίνες που παρουσιάζουν ζώνες, γραβάτες, φουλάρια) ή το επίπεδο (π.χ. σε βιτρίνες με βιβλία) ή τα στερεά (π.χ. σε βιτρίνες με ηλεκτρικές συσκευές).

Και βέβαια, εκτός από αυτά, σημαντικό ρόλο παίζουν και το χρώμα, το φως, το μέγεθος και η θέση. Όλα αυτά τα στοιχεία, που μάθαμε πώς να τα χειριζόμαστε στις δύο διαστάσεις δημιουργώντας συνθέσεις στο χαρτί, έχουν τις

αντιστοιχίες τους στις τρεις διαστάσεις, δηλαδή στο χώρο της βιτρίνας. Σύμφωνα με τη διάταξη των παραπάνω στοιχείων μπορούμε να δημιουργήσουμε εικόνες που μας δίνουν την αίσθηση της ισορροπίας, της ηρεμίας, της στατικότητας, της κίνησης, της έντασης, της αστάθειας.

Όπως στις δύο διαστάσεις, έτσι και στο χώρο η κυριαρχία της οριζόντιας γραμμής εκφράζει ηρεμία και στατικότητα, η διαγώνια γραμμή δίνει κίνηση, η καμπύλη και η τεθλασμένη, ανάλογα με τον άξονα στον οποίο εξελίσσονται, μπορούν να δώσουν αρμονία, ένταση, ρυθμό κτλ. (εικ. β.40-β.41).

Βασικές Αρχές της Σύνθεσης, θεωρούμε την αξονικότητα, τη συμμετρία, την ασυμμετρία, την ιεραρχία, την επανάληψη και το ρυθμό (εικ. β.42 - β.43 - β.44).

Εξίσου σημαντική γνωρίζουμε ότι είναι η αρμονία, η στατικότητα, η ένταση, η κανονικότητα και η συγκεντρωτικότητα.

Ο σωστός χειρισμός αυτών των στοιχείων καθορίζει κάθε φορά ως κυρίαρχη μία από τις παραπάνω αρχές ή και το συνδυασμό κάποιων από τις αρχές αυτές. Έτσι, μπορεί να υπάρχει έντονη ιεράρχηση των στοιχείων της σύνθεσης και παράλληλα να εμφανίζει αυτή μια συμμετρία της οποίας κυρίαρχο χαρακτηριστικό να είναι η ηρεμία ή η ισορροπία ή η κανονικότητα. Σε άλλη περίπτωση μπορεί να έχουμε επανάληψη που εκφράζει έναν έντονο ρυθμό και συγχρόως να έχουμε αρμονία ή ένταση ή στατικότητα κτλ.

Ανάλογα λοιπόν με το ζητούμενο κάθε φορά, και σύμφωνα με το ύφος και το κλίμα που θέλουμε να κυριαρχεί στη σύνθεσή μας, γνωρίζουμε τον τρόπο με τον οποίο μπορούμε να το αποδώσουμε, τοποθετώντας ανάλογα τα προϊόντα, τα επίπεδα της βιτρίνας και τα υπόλοιπα στοιχεία της. Βασικές παράμετροι είναι και η ποσότητα των εκθεμάτων, η ποσότητα των διακοσμητικών στοιχείων, η σχέση μεταξύ αυτών των δύο στοιχείων, η ύπαρξη πολλών ή λίγων διαφορετικών επιπέδων, η κυριαρχία ενός σχήματος ή η παράθεση πολλών σχημάτων, η κυριαρχία ενός μεγέθους ή η εναλλαγή διάφορων μεγεθών, η κυριαρχία ενός χρώματος ή η πολυχρωμία κτλ.

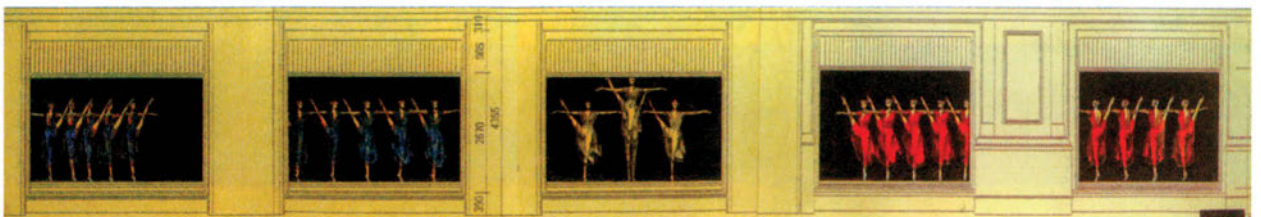


β.42 Συμμετρία, επανάληψη και ρυθμός στη βιτρίνα δημιουργούνται από τον τρόπο τοποθέτησης των προϊόντων και των διακοσμητικών στοιχείων στις βάσεις τους.



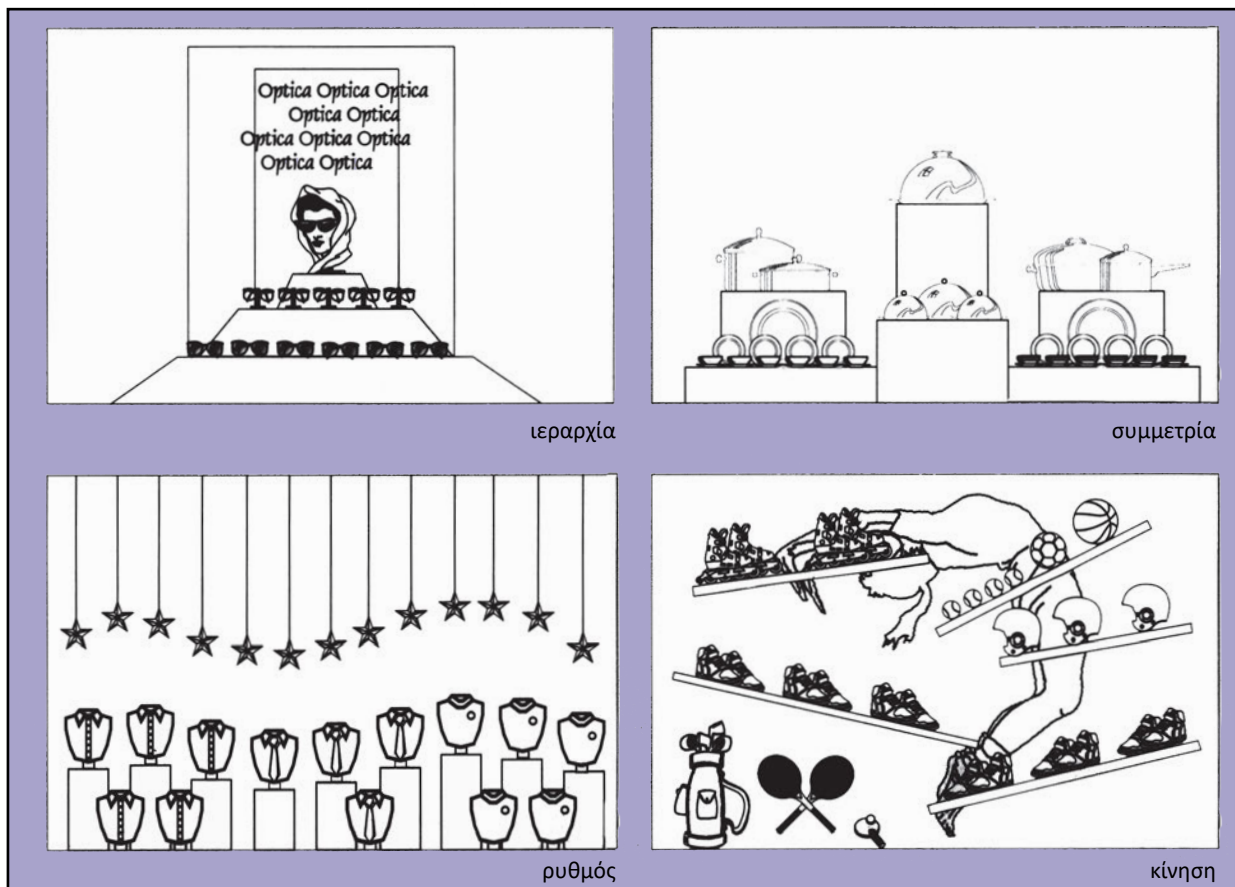
β.43 Εσωτερικό εκθετήριο που παρουσιάζει αξονικότητα στη σύνθεση των στοιχείων, με την παράθεση των μοντέλων κυκλικά γύρω από έναν άξονα που τονίζεται με τη χρωματική του διαφοροποίηση.

β.44 Συμμετρία και κίνηση στις συνθέσεις με τις κούκλες.



Δεν μπορούμε, βέβαια, να χειριστούμε πάντα ελεύθερα όλα τα παραπάνω στοιχεία. Όταν δημιουργούμε συνθέσεις δισδιάστατες στο χαρτί, έχουμε στη διάθεση μας ένα ανεξάντλητο πλήθος σημείων, γραμμών, σχημάτων και χρωμάτων που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε. Όταν όμως καλούμαστε να οργανώσουμε συγκεκριμένα προϊόντα στο συγκεκριμένο χώρο μιας βιτρίνας, έχουμε περιορισμούς που προέρχονται από την ίδια τη φύση των αντικειμένων και του χώρου. Μπορεί να έχουμε μόνο μικρά ή μόνο μεγάλα προϊόντα, μόνο κυκλικά ή μόνο τετράγωνα, μονόχρωμα ή ποικιλόχρωμα, και ο χώρος μπορεί να είναι πολύ μεγάλος ή πολύ μικρός. Εδώ ακριβώς βρίσκεται και η ανάγκη για σωστή και επαρκή μελέτη για το πώς, μέσα από τους περιορισμούς που έχουμε, θα μπορέσουμε να δώσουμε ένα σωστό αποτέλεσμα. Δηλαδή, μία βιτρίνα εύκολα αναγνώσιμη, που προσφέρει άμεσα όλες τις αναγκαίες πληροφορίες, αλλά που παράλληλα αποτελεί ένα αισθητικά άρτιο θέαμα.

Παρακάτω, βλέπουμε απλά παραδείγματα οργάνωσης βιτρινών, όπου κυριαρχούν διάφορες Αρχές της Σύνθεσης (σχ. 6).



Σχ.6

B. 2.4.2 ΤΟ ΧΡΩΜΑ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΒΙΤΡΙΝΑΣ

Είδαμε πως οι Αρχές της Σύνθεσης, όπως τις μελετήσαμε σε προηγούμενη τάξη, έχουν άμεση εφαρμογή κατά τη διαδικασία σχεδιασμού μιας βιτρίνας. Τώρα, θα μελετήσουμε τις εφαρμογές της θεωρίας του χρώματος στο χώρο της βιτρίνας.

Γνωρίζουμε ήδη τη σημαντικότητα του χρώματος στο χώρο. Γνωρίζουμε, επίσης, ότι το χρώμα είναι στοιχείο που μπορεί να αναλυθεί, να μετρηθεί και να εφαρμοστεί με τρόπους που να έχουν συγκεκριμένα αποτελέσματα, όσον αφορά την ηρεμία, την ένταση ή την ισορροπία που θέλουμε να επικρατεί σε ένα χώρο.

Ως σημείο αναφοράς για τη μελέτη μας θα χρησιμοποιήσουμε το χρωματικό κύκλο. Για τη δημιουργία ενός χρωματικού κύκλου με 6, 12, 24 ή περισσότερες αποχρώσεις, χρησιμοποιούμε τα 3 βασικά χρώματα (κόκκινο, κίτρινο, μπλε), σε μείξη 2 βασικών χρωμάτων κάθε φορά, αυξομειώνοντας την ποσότητα του ενός ή του άλλου χρώματος, για τη δημιουργία μιας συγκεκριμένης απόχρωσης.

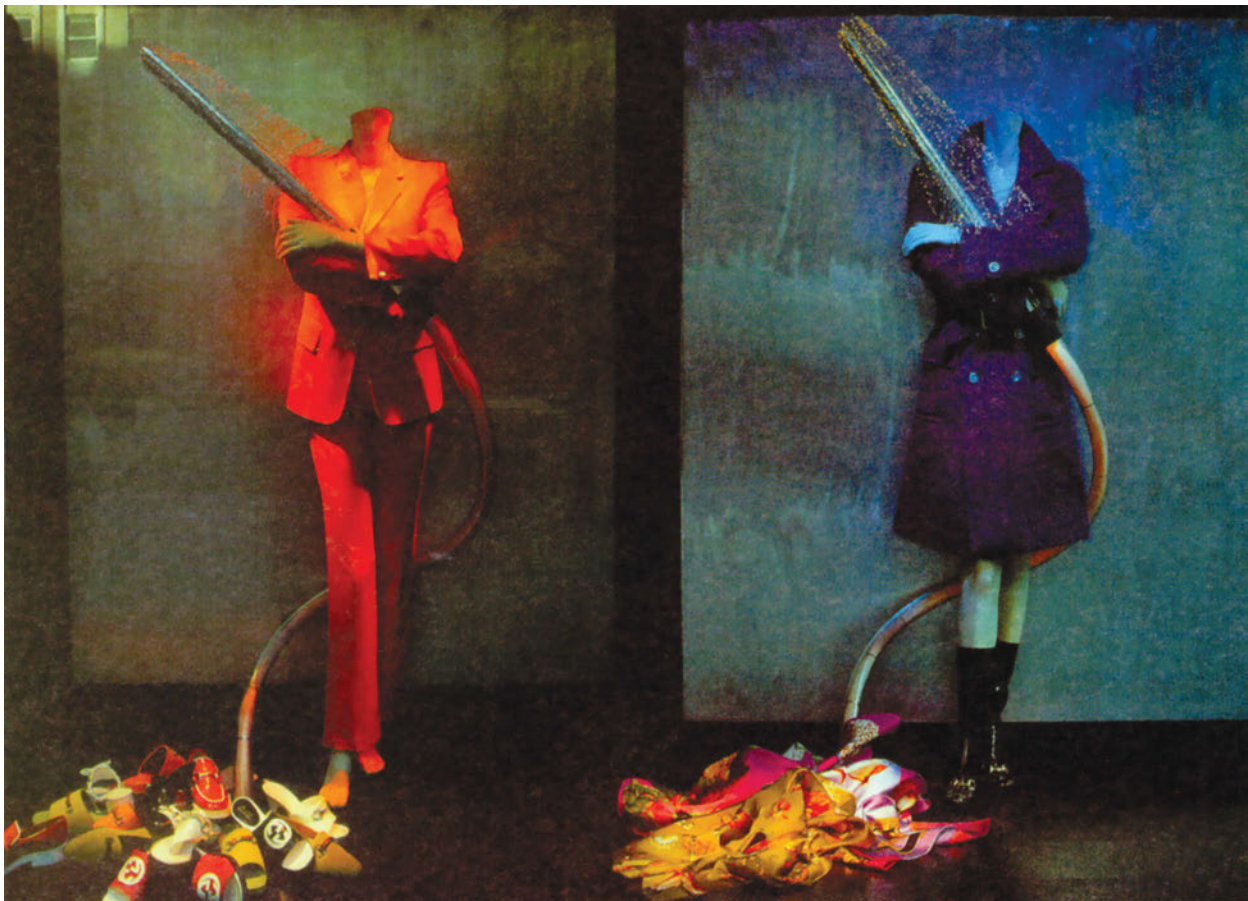
Η παράθεση αυτή των αποχρώσεων στο σχήμα του κύκλου μας βοηθάει, διότι καθορίζει κάποιες σχέσεις μεταξύ των αποχρώσεων, ανάλογα με τη θέση που κατέχουν στον κύκλο. Ανεξάρτητα από το πόσες είναι οι αποχρώσεις του κύκλου (αριθμός πάντα πολλαπλάσιος του 6), καθορίζονται οι εξής σχέσεις:

Αντίθεση

Οι αποχρώσεις που βρίσκονται απέναντι η μία από την άλλη στον κύκλο μάς δίνουν ζευγάρια αντίθετων και συμπληρωματικών μεταξύ τους χρωμάτων. Έτσι, βρίσκουμε το πράσινο απέναντι από το κόκκινο, το πορτοκαλί απέναντι από το μπλε, το μοβ απέναντι από το κίτρινο. Η συμπληρωματικότητα είναι μια σχέση ιδιαίτερα ισχυρή μεταξύ των χρωμάτων. Αυτό συμβαίνει, διότι η παράθεση δύο συμπληρωματικών μεταξύ τους χρωμάτων δημιουργεί μια αίσθηση έντονης αντίθεσης αλλά και ισορροπίας. Το ανθρώπινο μάτι, κατά την παρατήρηση ενός βασικού χρώματος, αποζητά την ύπαρξη των άλλων δύο σε τέτοιο βαθμό που, αν το περιβάλλον είναι ουδέτερο (δηλαδή αχρωματικό), έχει την τάση να παράγει τα άλλα δύο βασικά χρώματα μόνο του. Το χαρακτηριστικό αυτό του ανθρώπινου ματιού ονομάζεται μετείκασμα, και για να το κατανοήσουμε, αρκεί να παρατηρήσουμε έντονα ένα σχήμα με καθαρό κόκκινο χρώμα και, στη συνέχεια, να στρέψουμε το βλέμμα μας σε μια λευκή επιφάνεια.

Θα δούμε ότι το μάτι μας θα αναπαραγάγει το σχήμα που παρατηρούσαμε, αλλά σε πράσινο χρώμα, που είναι παράγωγο του κίτρινου και του μπλε. Η ισορροπία δηλαδή που μας δίνει η παράθεση συμπληρωματικών μεταξύ τους χρωμάτων έγκειται στο ότι, όταν τα παρατηρούμε, δε φαίνεται να «λείπει κάτι», υπάρχει δηλαδή χρωματική πληρότητα. Είναι σαν να έχουμε μπροστά μας ολόκληρο το χρωματικό φάσμα, καθώς βρισκόμαστε μπροστά στα χρώματα που το δημιουργούν (π.χ. βλέποντας το ζευγάρι κίτρινο - μοβ, ουσιαστικά βλέπουμε κίτρινο + κόκκινο + μπλε). Τα συμπληρωματικά μεταξύ τους χρώματα, όμως, είναι παράλληλα και αντίθετα μεταξύ τους. Η παράθεσή τους μας δίνει έντονες αντιθέσεις, και αυτό το αντιλαμβανόμαστε, αν παρατηρήσουμε ένα σχήμα π.χ. πορτοκαλί σε φόντο άλλου χρώματος π.χ. κόκκινο, μοβ, μπλε. Θα δούμε ότι το πορτοκαλί αναδεικνύεται καλύτερα και φτάνει στο μέγιστο βαθμό της λαμπρότητάς του, όταν βρίσκεται σε περιβάλλον μπλε, δηλαδή συμπληρωματικό. Πρακτικά, λοιπόν, γνωρίζουμε πως για τη δημιουργία αντίθεσης και έντασης, ιδανική είναι η παράθεση χρωμάτων που στο χρωματικό κύκλο βρίσκονται απέναντι (εικ. β.45).

β.45 Εικόνα αντίθεσης και έντασης στη βιτρίνα, με ισομεγέθη αντικείμενα σε πορτοκαλί και μπλε, τοποθετημένα σε ίδιας έκτασης φόντο με πανομοιότυπο τρόπο.



Πληρότητα

Οι αποχρώσεις που βρίσκονται στις κορυφές ενός ισοσκελούς τριγώνου εγγεγραμμένου στο χρωματικό κύκλο μας δίνουν ένα αποτέλεσμα χρωματικής πληρότητας, καθώς μας δίνουν τα τρία βασικά χρώματα σε ίση ποσότητα. Αυτό συμβαίνει, και όταν στις κορυφές του τριγώνου βρίσκονται τα βασικά χρώματα, αλλά και όταν βρίσκονται κάποιες άλλες ενδιάμεσες αποχρώσεις. Έτσι, γνωρίζουμε πρακτικά πώς μπορούμε να δώσουμε ένα αποτέλεσμα χρωματικής πληρότητας αντίστοιχο με το αποτέλεσμα που θα είχαμε με την παράθεση όλων των αποχρώσεων του χρωματικού κύκλου σε ίση ποσότητα (εικ. β.46).

Να τονίσουμε ότι και σ' αυτή την περίπτωση έχουμε αντίθεση, σε μικρότερο όμως βαθμό από ό,τι στην περίπτωση της παράθεσης συμπληρωματικών χρωμάτων. Άλλωστε, και κατά την παράθεση των συμπληρωματικών έχουμε, όπως είδαμε, πληρότητα, σε μικρότερο όμως βαθμό, καθώς σε εκείνη την περίπτωση τα βασικά χρώματα δε χρησιμοποιούνται σε ίσες ποσότητες.

Αρμονία

Οι γειτονικές στο χρωματικό κύκλο αποχρώσεις είναι αυτές που κατά την παράθεσή τους δίνουν ένα αποτέλεσμα αρμονίας και ηρεμίας. Για παράδειγμα, η παράθεση τριών ή τεσσάρων αποχρώσεων που προκύπτουν από την ανάμειξη του μπλε και του κίτρινου μας δίνει ως αποτέλεσμα ψυχρή αρμονία με έντονη την κυριαρχία του πράσινου χρώματος. Η παράθεση αντίστοιχου αριθμού αποχρώσεων που προκύπτουν από την ανάμειξη του κόκκινου με το κίτρινο δίνει ένα αποτέλεσμα θερμό και αρμονικό με έντονη την κυριαρχία του πορτοκαλί (εικ. β.47-48).

Αντίστοιχα αρμονικά αποτελέσματα μπορούμε να έχουμε και από την παράθεση διάφορων τόνων μιας απόχρωσης. Αυτό συμβαίνει, όταν παραθέτουμε ένα χρώμα μαζί με άλλα που προκύπτουν από την ανάμειξή του με διαφορετικές ποσότητες ουδέτερου (λευκού, μαύρου ή γκριζου) (σχ. 7).

Εκτός όμως από τα βασικά χρώματα, τις αποχρώσεις και τους τόνους τους, έχουμε και άλλες οικογένειες χρωμάτων. Η μία είναι τα ουδέτερα - που δε χαρακτηρίζονται ακριβώς ως χρώματα - το άσπρο, το μαύρο και τα παράγωγα από τη μείξη τους, δηλαδή όλα τα γκριζα. Η παράθεση του άσπρου και του μαύρου μας δίνει έντονη αντίθεση, αντίστοιχη με εκείνη των συμπληρωματικών, ενώ η παράθεση των γκριζων δίνει αποτέλεσμα ήρεμο, αρμονικό και έντονα αχρωματικό.



β.46 Τα βασικά χρώματα στους όγκους των εκθεμάτων ισορροπούν σε μια πλήρη χρωματικά σύνθεση.

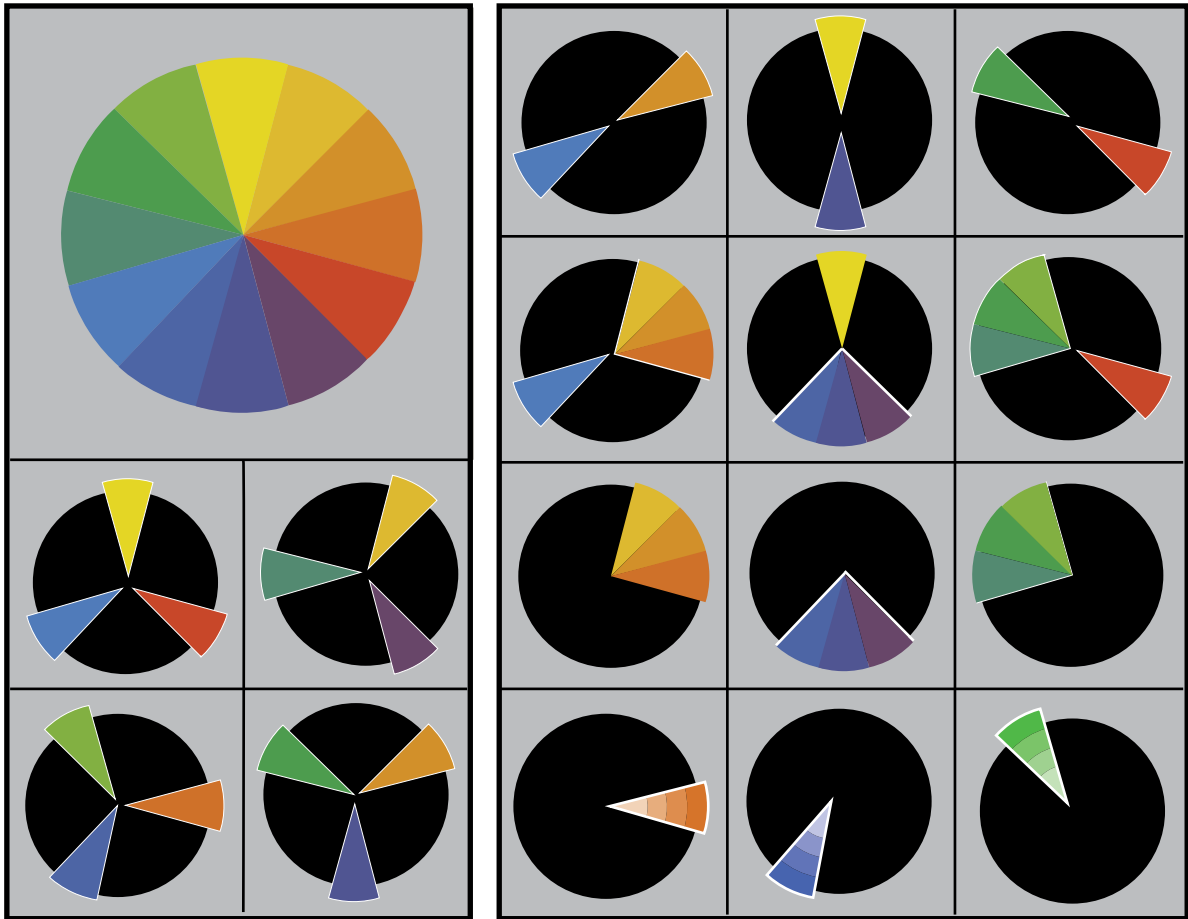


β.47 Ψυχρή αρμονία στις αποχρώσεις του πράσινου, πάνω σε φυσικά και τεχνητά αντικείμενα.



β.48 Θερμή αρμονία στις αποχρώσεις του πορτοκαλί, του κόκκινου και του κίτρινου.

ΟΙ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΧΡΩΜΑΤΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥΣ ΣΤΟ ΧΡΩΜΑΤΙΚΟ ΚΥΚΛΟ



Οι συνδυασμοί των χρωμάτων που, όταν παρατεθούν σε ίσες ποσότητες, αποδίδουν τη χρωματική πληρότητα.

Οι συνδυασμοί των χρωμάτων που αποδίδουν την απόλυτη αντίθεση, το συνδυασμό αντίθεσης - αρμονίας και τη χρωματική αρμονία με αποχρώσεις και τόνους.

Σχ.7

Κατά τη διαμόρφωση βιτρινών, η χρήση των ουδέτερων «χρωμάτων» είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη, διότι αυτά παρέχουν περιβάλλον ιδανικό, καθώς δεν επηρεάζουν χρωματικά τα προϊόντα που εκθέτουμε.

Η τρίτη οικογένεια χρωμάτων είναι αυτή των γήινων χρωμάτων. Η οικογένεια αυτή προκύπτει από τη μείξη και των τριών βασικών σε διάφορες αναλογίες. Πρόκειται για όλη την γκάμα των καφέ αποχρώσεων. Συχνά, θεωρούνται και αυτά ουδέτερα χρώματα και χαρακτηρίζονται ως χρωματικά γκρίζα. Θα πρέπει, όμως, να τα αντιμετωπίζουμε διαφορετικά από τα πραγματικά ουδέτερα, λαμβάνοντας υπόψη μας ότι, κάποιο από τα βασικά χρώματα υπερισχύει -αν και είναι εξουδετερωμένο- και αυτό πρέπει να το

σεβαστούμε (π.χ. το καφέ ενός ξύλινου επιπέδου παρουσίασης των προϊόντων μπορεί να είναι έντονα κίτρινο ή μπορεί να υπερिσχύει το κόκκινο). Η παράθεση των χρωμάτων αυτής της οικογένειας μας δίνει αποτελέσματα, ως επί το πλείστον, θερμά και αρμονικά.

Τέταρτη οικογένεια είναι αυτή των μεταλλικών χρωμάτων. Τα χρώματα του χρυσού, του μπρούντζου, του νικελ δημιουργούν καταστάσεις θερμές ή ψυχρές με έντονες ιδιαιτερότητες. Το χαρακτηριστικό τους είναι η έντονη λαμπρότητα και η αντανακλαστικότητά τους στο φως. Αυτά είναι τα στοιχεία που κάνουν αυτά τα χρώματα ιδιαίτερα εντυπωσιακά αλλά και δύσκολα στο χειρισμό τους. Ιδιαίτερα, όταν η χρήση τους είναι δική μας επιλογή, όταν δηλαδή τα χρησιμοποιούμε σε διακοσμητικά στοιχεία, και δεν είναι χρώματα του ίδιου του προϊόντος, θα πρέπει να αποφεύγουμε την υπερβολή και να προσέχουμε να μη λειτουργούν σε βάρος των εκτιθέμενων προϊόντων, καθώς, αφενός είναι πιο λαμπρά, αφετέρου μπορεί να δημιουργούν θαμβώσεις και κακές αντανακλάσεις που δυσκολεύουν την παρατήρηση της βιτρίνας.

Γνωρίζουμε τώρα τους τρόπους με τους οποίους μπορούμε, με την παράθεση διάφορων χρωμάτων, να δημιουργήσουμε καταστάσεις αντίθεσης, ισορροπίας ή αρμονίας. Θα πρέπει τώρα να τονίσουμε ότι τις περισσότερες φορές το επιθυμητό αποτέλεσμα βρίσκεται κάπου ενδιάμεσα.

Κατά τη διαμόρφωση μιας βιτρίνας, μπορεί να επιδιώκουμε ένα αποτέλεσμα ήρεμο και αρμονικό, παράλληλα όμως μπορεί να θέλουμε, σε κάποιο σημείο και για λόγους ιεραρχίας, να τονίσουμε με αντίθετο χρώμα ένα αντικείμενο. Αντίθετα, σε άλλη περίπτωση, μπορεί να επιδιώκουμε τη δημιουργία ενός δυναμικού περιβάλλοντος με χρωματικές εντάσεις, αλλά, για λόγους τάξης και αναγνωσιμότητας του περιεχομένου της βιτρίνας, να δημιουργήσουμε κατά τόπους αρμονίες. Επιπλέον, όπως τονίσαμε και στο κεφάλαιο για τη σύνθεση στη βιτρίνα, η διαφορά με τη σύνθεση που ελεύθερα δημιουργούμε στο χαρτί βρίσκεται στις ιδιαιτερότητες και στους περιορισμούς που μας δίνει ο ίδιος ο χώρος, καθώς και τα ίδια τα προϊόντα που πρέπει να εκθέσουμε. Οι επιλογές μας πρέπει να εναρμονίζονται με το ίδιο το προϊόν, με το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε και με το χώρο τον οποίο έχουμε στη διάθεσή μας. Έτσι, σε μια βιτρίνα ιδιαίτερα μικρή που θέλουμε να φαίνεται μεγαλύτερη θα αποκλείσουμε το σκούρο φόντο, στη βιτρίνα ενός καταστήματος που απευθύνεται σε παιδιά θα δεχθούμε την κυριαρχία της πολυχρωμίας, σε μια



6.49 Η ανδρική φιγούρα που περνά μέσα από τον υαλοπίνακα στη θιτρίνα σίγουρα προσελκύει την προσοχή με το παράδοξο της παρουσίας της.

βιτρίνα που εκθέτει φυσικά προϊόντα θα περιοριστούμε μάλλον στην χρησιμοποίηση γήινων αποχρώσεων κτλ.

Το ζητούμενο κάθε φορά είναι να χειριστούμε το χρώμα με τέτοιο τρόπο, ώστε να δώσουμε, αλλά με σεβασμό στους περιορισμούς που έχουμε, ένα αποτέλεσμα όσο το δυνατόν πιο ενδιαφέρον αισθητικά, για να προσελκύσει τον παρατηρητή, και όσο το δυνατόν πιο λειτουργικό, ώστε να εξυπηρετηθεί η άνετη παρατήρηση και η άμεση παροχή των πληροφοριών που προσφέρονται.

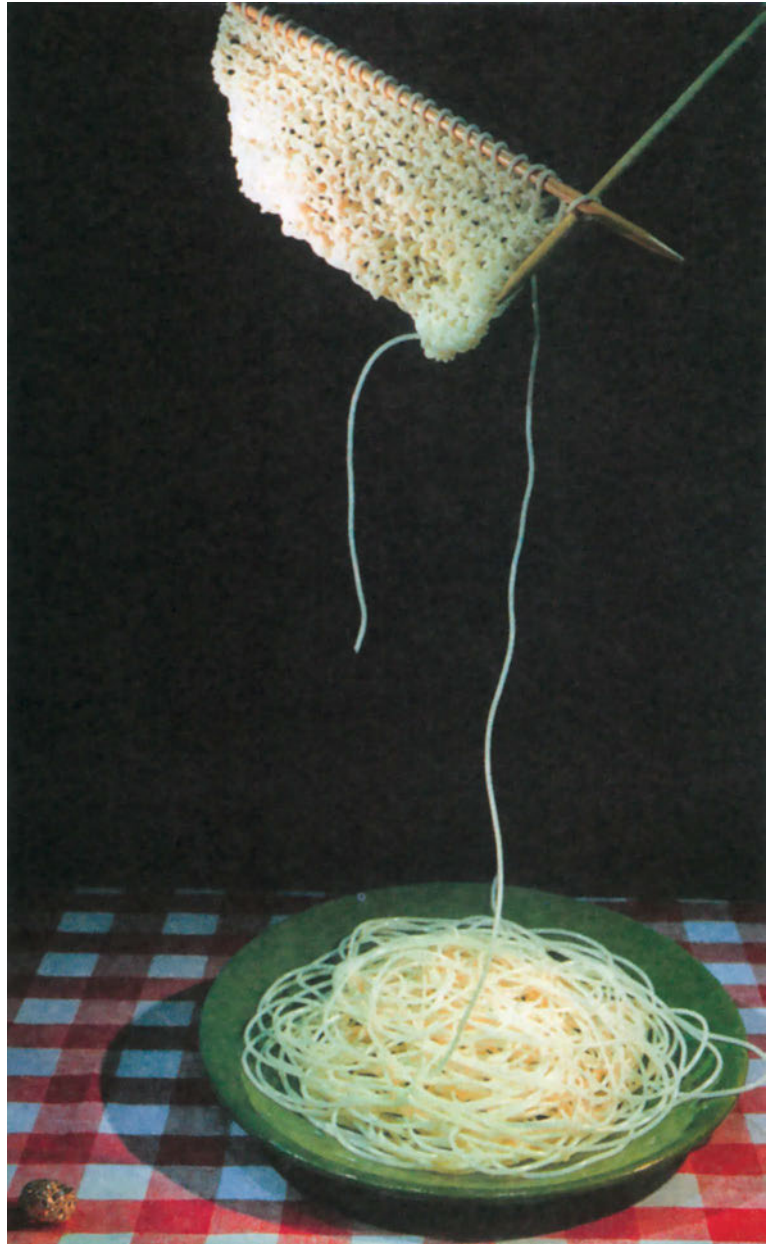
B. 2.4.3 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΗΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

Πρωταρχικός στόχος της βιτρίνας υπήρξε πάντα η πρόκληση του ενδιαφέροντος των περαστικών. Ιδιαίτερα σήμερα, υπάρχουν λόγοι που επιβάλλουν, κάποιες φορές, την ανάγκη για δραστικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζονται τα εμπορεύματα ή στον τρόπο με τον οποίο προβάλλεται η παρουσία ενός καταστήματος στο χώρο της αγοράς.

Τέτοιοι λόγοι είναι η ανταγωνιστικότητα στο χώρο της αγοράς και ο ελάχιστος διαθέσιμος χρόνος των καταναλωτών, που συχνά περνούν ένα δρόμο, χωρίς να δώσουν προσοχή στις βιτρίνες του. Επιπλέον, σε κάποιες κατηγορίες καταστημάτων δεν παίζει ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο η παράθεση προϊόντων στον χώρο της βιτρίνας του, διότι θεωρείται πλέον αυτονόητο ότι καλύπτουν όλη την ποικιλία που υπάρχει στα προϊόντα του είδους τους. Τέτοια καταστήματα είναι τα μεγάλα δισκοπωλεία και βιβλιοπωλεία, για τα οποία θεωρούμε δεδομένο ότι προσφέρουν όλες τις τελευταίες κυκλοφορίες των δισκογραφικών εταιρειών και τις πιο πρόσφατες εκδόσεις των εκδοτικών οίκων.

Εξάλλου, η τεχνολογία προσφέρει τη δυνατότητα και άλλων τρόπων παρουσίασης ή και πώλησης αγαθών. Έτσι, βλέπουμε εμπορικές επιχειρήσεις στο Internet μέσω ιστοσελίδων να παρουσιάζουν στο κοινό όχι μόνο όλα τα προϊόντα τους, αλλά και επιπλέον πληροφορίες που δεν μπορούν να δοθούν ούτε από κάποια βιτρίνα, ούτε σε έντυπο κατάλογο.

Για τους λόγους αυτούς βλέπουμε κατά καιρούς σε διάφορες βιτρίνες να χρησιμοποιούνται διάφορα «τεχνάσματα» για να προκαλέσουν την προσοχή των περαστικών.



β.50 Παρ' ότι το προϊόν το οποίο εκτίθεται σ' αυτήν τη βιτρίνα είναι κόσμημα μεγάλης αξίας, παρουσιάζεται στο περιθώριο, ενώ έμφαση δίνεται στην παράδοση και χιουμοριστική κατάσταση που το συνοδεύει.

Σε κάποιες περιπτώσεις πρόκειται πραγματικά για τεχνάσματα που χρησιμοποιούνται στις βιτρίνες κατά περιόδους. Ειδικά η περίοδος των Χριστουγέννων προσφέρεται για κάποιες εντυπωσιακές εικόνες βιτρινών στις οποίες μερικές φορές δε γίνεται παρουσίαση προϊόντων αλλά μόνο εντυπωσιακών σκηνικών, με κινούμενα στοιχεία, εντυπωσιακή χρήση του φωτισμού, μουσική κτλ.

Σε άλλες περιπτώσεις παρατηρούμε μια γενικευμένη αλλαγή στην αντιμετώπιση της παρουσίασης προϊόντων και της προσέλκυσης του αγοραστικού κοινού, που φτάνει ακόμη και στην κατάργηση της βιτρίνας.

Ενδεικτικά, μπορούμε να αναφέρουμε κάποιους, περισσότερο ή λιγότερο συμβατικούς τρόπους να προκαλείται η προσοχή των περαστικών:

Το παράδοξο

Η παρουσία κάποιου παράδοξου αντικειμένου ή μιας κατάστασης που βασίζεται στο στοιχείο της έκπληξης και σκοπό έχει να προκαλέσει την προσοχή (εικ. β.49-β.50).

Το στοιχείο της κίνησης

- Φώτα που ανάβουν με φωτοκύτταρο, μόλις περάσει κάποιος μπροστά από τη βιτρίνα.
- Φώτα που αναβοσβήνουν (από χριστουγεννιάτικα λαμπάκια μέχρι επιγραφές neon που αναβοσβήνουν ή αλλάζουν χρώμα).
- Νερό που «τρέχει» πάνω σε γυάλινους τοίχους ή βράχους.
- Αντικείμενα που κινούνται (κούκλες με μηχανισμό ή τρένάκια σε ράγες κτλ.) (εικ. β.51-β.52).
- Ανεμιστήρες που δημιουργούν αέρα και προκαλούν κίνηση σε ελαφρά υλικά, όπως φύλλα, υφάσματα κτλ.
- Ζωντανά μοντέλα, τα οποία αντικαθιστούν τις κλασικές κούκλες και αποτελούν πόλο έλξης του κοινού, που περιμένει την επόμενη κίνησή τους ή προσπαθεί να αποσπάσει την προσοχή τους.
- Προβολές σε οθόνες, ή γενικά στο χώρο της βιτρίνας, στους τοίχους, σε πανό ή και επάνω στα εκθέματα. Slides με θέματα σχετικά με τα προϊόντα, fractals, αφηρημένα σχήματα και έντονα χρώματα, παρουσίαση προγραμμάτων για υπολογιστές (demos), παρουσιάσεις επιδείξεων μόδας, videoclip, ολογράμματα ή προβολές τρέχοντος κειμένου με πληροφορίες (εικ. β.53).

Η πρόκληση άλλων αισθήσεων

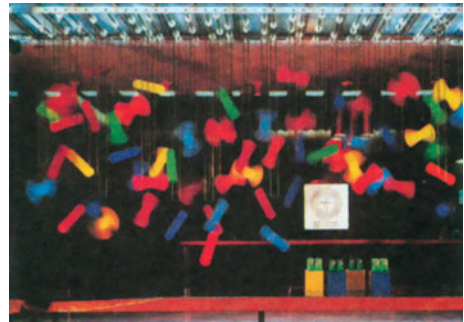
- Χρήση ήχων ή μουσικής
- Χρήση διάχυτου αρώματος έξω από το κατάστημα, π.χ. καπνού, δέρματος ή βανίλιας

Η κατάργηση της βιτρίνας

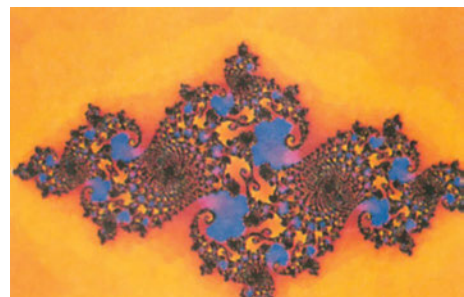
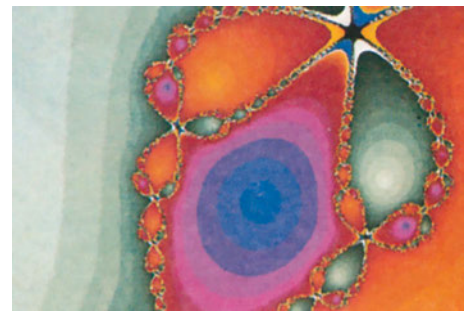
- Η αφαίρεση του υαλοπίνακα είναι στοιχείο που ξαφνιάζει και δίνει την αίσθηση ότι ήδη βρισκόμαστε στο χώρο του καταστήματος.
- Η αντικατάσταση της κλασικής βιτρίνας με οθόνη τεράστιων διαστάσεων ή χρησιμοποίηση πολλών οθονών.



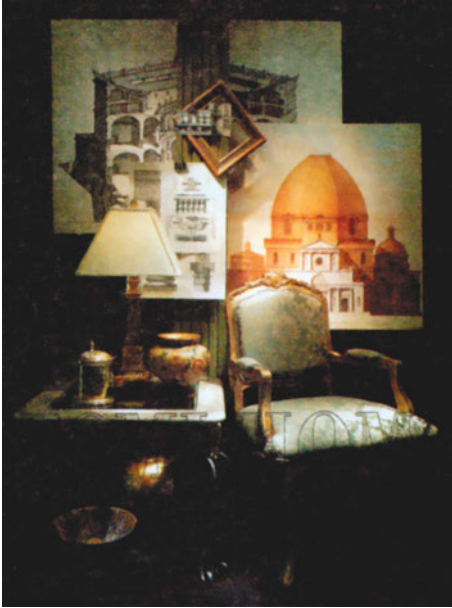
β.51 Παιδικά παιχνίδια που κινούνται με μηχανισμό προσελκύουν το βλέμμα με την κίνησή τους και δημιουργούν ενθουσιασμό.



β.52 Κινούμενα διακοσμητικά στοιχεία, κρεμασμένα από την οροφή, προσελκύουν την προσοχή στο χώρο της βιτρίνας.



β.53 Τα fractals, με τα πολύχρωμα κινούμενα μοτίβα τους, δίνουν εντυπωσιακές εικόνες και προσελκύουν την προσοχή.



β. 54 Προϊόντα συγκεκριμένου στίλ συνοδεύονται από εικόνες που παραπέμπουν στο ιστορικό πλαίσιο του σχεδιασμού τους.



β. 55 Εκθετήριο προϊόντος με ανάγλυφη αναπαράσταση στοιχείων από την ετικέτα του προϊόντος (μαθητική εργασία).



β. 56 Καλοκαιρινή βιτρίνα με διακοσμητικά στοιχεία ναυτικού χαρακτήρα (σχοινιά, ναυτικοί κόμπι, τιμόνι καραβιού κτλ.).

Β. 2.4.4 ΘΕΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΤΡΙΝΑΣ

Τα θέματα που μπορούν να αποτελέσουν την αφορμή για τη διακόσμηση μιας βιτρίνας, ή και οποιουδήποτε χώρου έκθεσης ενός ή πολλών προϊόντων, είναι πολλά. Σε γενικές γραμμές έχουμε τις εξής κατηγορίες:

Στοιχεία από το προϊόν

Το σχήμα, το χρώμα, το όνομα ή τα στοιχεία της διαφήμισης ενός προϊόντος μπορούν να δώσουν στοιχεία για τη διακόσμηση μιας βιτρίνας. Τα στοιχεία αυτά μπορούμε να τα χειριστούμε με διάφορους τρόπους:

- με ρυθμική επανάληψη του λογότυπου ενός προϊόντος,
- με τρισδιάστατη παράθεση μεγεθυμένων στοιχείων της συσκευασίας του,
- με ανάπτυξη ολόκληρου σκηνικού που αναπαριστά τηλεοπτική διαφήμιση,
- με συμβολική χρήση κάποιου χαρακτηριστικού αντικειμένου από τη διαφήμιση που αυτομάτως παραπέμπει σ' αυτή.

Η αφορμή δίνεται από ένα συγκεκριμένο προϊόν ή από τα προϊόντα μιας συγκεκριμένης εταιρίας ή από το προφίλ του καταστήματος, αν αυτό είναι ιδιαίτερα προσδιορισμένο (εικ. β.54-β.55).

Εποχιακές βιτρίνες

• Οι τέσσερις εποχές του χρόνου καθορίζουν και αντίστοιχο αριθμό εποχιακών βιτρινών, στις οποίες συχνά κυριαρχούν διακοσμητικά μοτίβα με θέματα φυτομορφικά ή άλλα παρμένα από τη φύση, όπως τα ζώα, τα πουλιά, ο βυθός της θάλασσας κτλ., ή από τις χαρακτηριστικές δραστηριότητες της κάθε εποχής (εικ. β.56).

• Στις εποχιακές βιτρίνες κατατάσσουμε και τις εορταστικές, ανάμεσα στις οποίες ξεχωρίζουν αυτές των Χριστουγέννων, αλλά και άλλες, όπως αυτές του Πάσχα ή της Αποκριάς (εικ. β.57-β.58).

• Εποχιακές θεωρούνται επίσης και οι βιτρίνες των εκπτώσεων, που τις συναντάμε στην αγορά δύο φορές το χρόνο, η διακόσμηση των οποίων δίνει έμφαση είτε στην εποχή του χρόνου είτε στο ίδιο το θέμα των εκπτώσεων (εικ. β.59).

Στιγμές και γεγονότα

Σκηνές από την καθημερινότητα, ιδιαίτερες προσωπικές στιγμές, κοινωνικά, πολιτιστικά, πολιτικά ή αθλητικά γεγο-



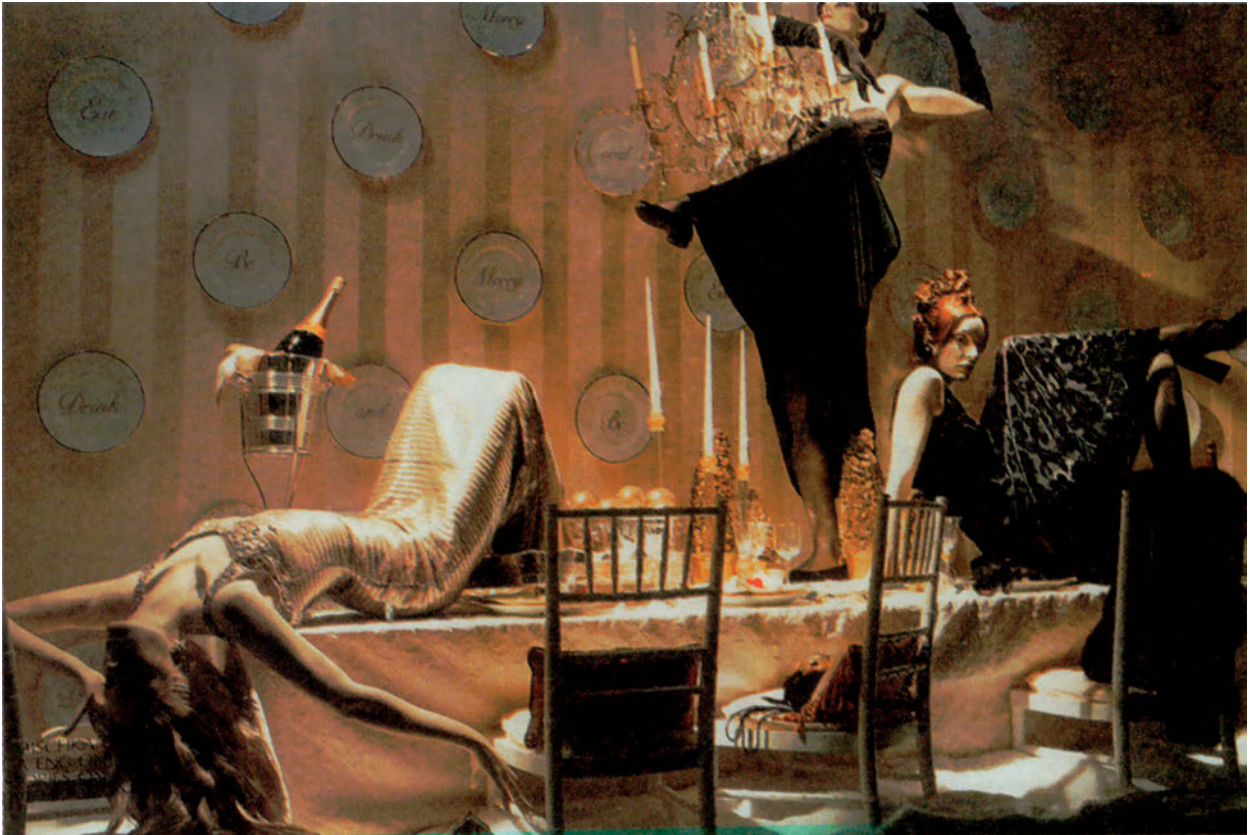
β. 59. Βιτρίνα ρούχων σε περίοδο εκπτώσεων, με χαρακτηριστικά στοιχεία την απογύμνωση των μοντέλων και τα υπερμεγέθη μηδενικά.



β.57 Η κυριαρχία της μορφής του λαγού στην ανοιξιάτικη σύνθεση θυμίζει ότι βρισκόμαστε σε πασχαλινή περίοδο.



β.58 Χριστουγεννιάτικη θιτρίνα με διακριτική παρουσία των προϊόντων και κυριαρχία των διακοσμητικών στοιχείων.



β.60 Οι κούκλες της βιτρίνας είναι πρωταγωνίστριες σε ένα σκηνικό που απεικονίζει ρεαλιστικά στιγμές έντονης διασκέδασης.

νότα μπορούν να δώσουν θέματα για τη διακόσμηση μιας βιτρίνας. Τα γεγονότα αυτά μπορούμε να τα εκμεταλλευτούμε και να χρησιμοποιήσουμε ως διακοσμητικά κάποια στοιχεία τους που μας παραπέμπουν σ' αυτά. Μπορούμε όμως και να δημιουργήσουμε ολόκληρες αναπαραστάσεις αυτών των στιγμών ή των γεγονότων. Στην περίπτωση αυτή, βέβαια, παίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο τα μοντέλα, οι κούκλες βιτρίνας, με τη βοήθεια των οποίων μπορούμε να αναπαραστήσουμε ιδιαίτερα ρεαλιστικά διάφορες σκηνές (εικ. β.60).

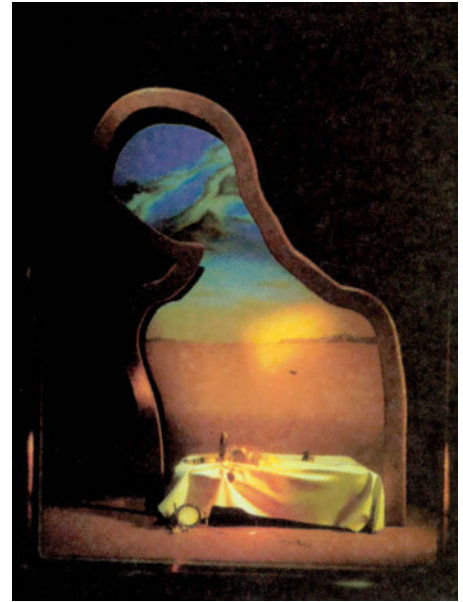
Η τέχνη

Το θέατρο, ο κινηματογράφος, η λογοτεχνία, ο χορός, η μουσική και η ζωγραφική, καθώς και όλες οι μορφές τέχνης, τροφοδοτούν συχνά τις βιτρίνες με θέματα για διακόσμηση. Άλλωστε ειδικά με το θέατρο υπάρχει μια ιδιαίτερη σχέση, καθώς με την ανάπτυξη των διάφορων σκηνικών συχνά θεωρείται πως οι βιτρίνες παίζουν το ρόλο «θέατρου του δρόμου».

Φανταστικά, ονειρικά ή παραμυθένια σκηνικά, βγαλμένα μέσα από βιβλία παιδικά ή επιστημονικής φαντασίας, αναφορές σε ταινίες ή θεατρικά έργα, αναπαραστάσεις γνωστών ζωγραφικών θεμάτων ή έντονα χορευτικές στά-



β.61 Στο γνωστό πίνακα του Millet η μία φιγούρα «ζωντανεύει» με την τρισδιάστατη παράθεσή της σε εκθετήριο οπτικών.



β.62 Η αναπαράσταση του ονειρικού περιβάλλοντος από έργο του Νταλί επιλέχθηκε για την προβολή ρολογιού, καθώς τα ρολόγια αποτελούσαν ιδιαίτερα αγαπημένο θέμα του ζωγράφου.

σεις των μοντέλων μιας βιτρίνας είναι μερικοί από τους τρόπους με τους οποίους ο χώρος της βιτρίνας φιλοξενεί στοιχεία από το χώρο της τέχνης.

Στην περίπτωση βέβαια που το θέμα της βιτρίνας προσεγγίζει κάποιο έργο τέχνης, αυτό πρέπει να γίνεται με ιδιαίτερη προσοχή, αφενός διότι απαιτείται σεβασμός στην προσέγγιση του θέματος, προϋπόθεση του οποίου είναι η καλή γνώση του, αφετέρου διότι χρειάζεται προσεκτική μελέτη για το κατά πόσο το θέμα είναι αναγνωρίσιμο από το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε, αλλά και για το κατά πόσο είναι απαραίτητη η αναγνώρισή του για την αποδοχή του μηνύματός μας (εικ. β.61-β.62-β.63).



β.63 Ο χορός και η μουσική συνοδεύουν την παρουσίαση των προϊόντων.

Η μεταφορά μηνύματος

Μια βιτρίνα μπορεί να μεταφέρει κάποιο μήνυμα. «Έχουμε φθηνά προϊόντα», «Τα προϊόντα μας μπορούν να σας μεταμορφώσουν», «Τα προϊόντα μας αντέχουν σε σκληρή χρήση», «Η εταιρεία μας σέβεται και προστατεύει το περιβάλλον» κτλ.

Πρόκειται για μηνύματα που θέλουν να περάσουν κάποια καταστάματα μέσα από τις βιτρίνες τους. Η έκφρασή τους συχνά γίνεται με την παράθεση μικρής έκτασης κειμένου, ή χωρίς καθόλου κείμενο, με την παράθεση μόνο των προϊόντων και των διακοσμητικών στοιχείων της βιτρίνας, ή, ακόμη πιο συχνά, με την αναγραφή κάποιας ευχής, μιας χαρακτηριστικής λέξης, ενός συμβόλου ή ενός συνθήματος ή ενός διαφημιστικού σλόγκαν, π.χ. «50%» ή «Merry Xmas» ή «Ενάντια στα πειράματα σε ζώα» κτλ. (εικ. β.64-β.65-β.66).

Σε κάθε περίπτωση, και ανεξάρτητα από το θέμα που μπορεί να ανήκει σε κάποια από τις προηγούμενες κατηγορίες, αυτό που θα παίξει καθοριστικό ρόλο στο τελικό αποτέλεσμα είναι ο τρόπος με τον οποίο θα γίνει η προσέγγιση του θέματος. Είτε πρόκειται για μια χριστουγεννιάτικη βιτρίνα είτε για μια βιτρίνα που ανακοινώνει τις καλοκαιρινές εκπτώσεις είτε για μια βιτρίνα που αναπαριστάνει μια σκηνή της καθημερινότητάς μας, π.χ. κάνει αναφορές σε κάποιο εργασιακό περιβάλλον, η παρουσίαση μπορεί να γίνει με τρόπο ρεαλιστικό, αφαιρετικό ή και χιουμοριστικό (εικ. β.67). Μπορούμε να παρουσιάσουμε τα προϊόντα με καρτούν ή άλλες διασκεδαστικές κατασκευές, να χρησιμοποιήσουμε φυτικά σύμβολα της εποχής την οποία διανύουμε, όπως λουλούδια φυσικά ή στιλιζαρισμένα, ή να περιοριστούμε σε μια απόλυτα αφαιρετική προσέγγιση του θέματος, αποδίδοντάς το μόνο χρωματικά, δημιουργώντας έντονα θερμό ή ψυχρό περιβάλλον με την παράθεση χρωματισμένων επιφανειών.

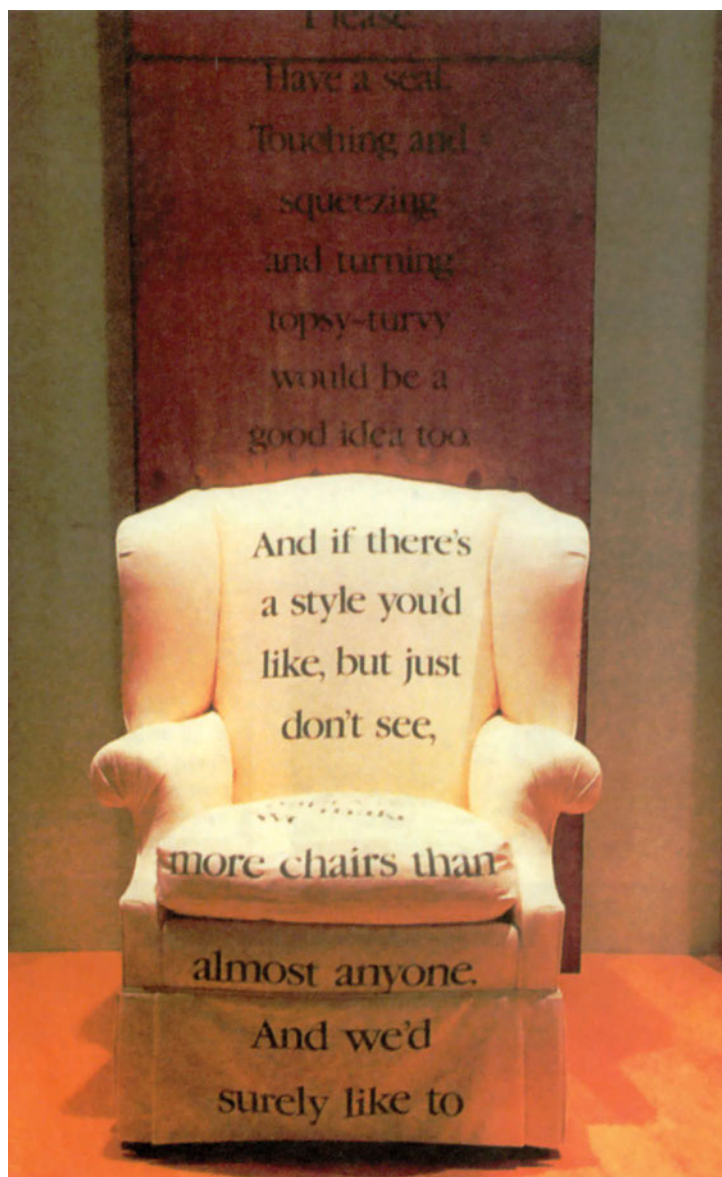
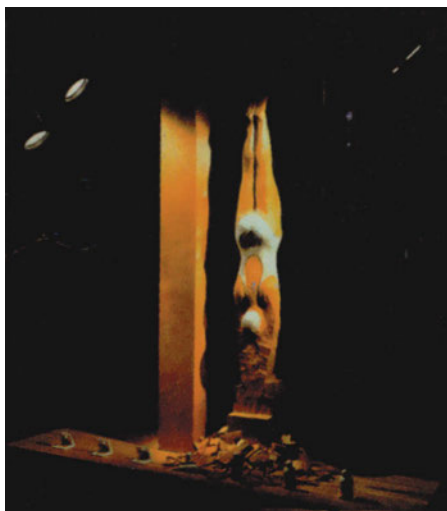
Επίσης, μπορεί να επιδιώκουμε την ήπια αποδοχή της παρουσιάσής μας από τους περαστικούς ή, αντίθετα, την πρόκληση έντονων αντιδράσεων (εικ. β.68).

Στην πρώτη περίπτωση έχουμε την πιθανότητα να προσεγγίσουμε πλατύτερη ομάδα κοινού, υπάρχει όμως πάντα ο κίνδυνος να μην «κερδίσουμε» αυτή την ομάδα, καθώς το αποτέλεσμα, αν δεν είναι αισθητικά άρτιο, κινδυνεύει να είναι τετριμμένο και βαρετό.



β.67 Χιουμοριστικός τρόπος παρουσίασης καλσόν.

β. 64 Το μήνυμα της μεταμόρφωσης εκφράζεται με την παρουσία της καλλιγραμμής φιγούρας, που προβάλλει από τον ακατέργαστο όγκο του ξύλου, και στοχεύει στην προώθηση καλλυντικών.



β.66 Το μήνυμα εδώ δεν «υπονοείται» ούτε «περιέχεται» στη σύνθεση, αλλά «διατυπώνεται» ξεκάθαρα με εκτεταμένο κείμενο, σε πολλά επίπεδα, που διαπερνά και το ίδιο το προϊόν.



β.65 Το ίδιο μήνυμα εκφράζεται σ' αυτή την περίπτωση με κινηματογραφικό τρόπο, με την παράθεση των διαδοχικών φάσεων της μεταμόρφωσης.

Στη δεύτερη περίπτωση, όταν στοχεύουμε στη δημιουργία μιας προκλητικής παρουσίας στο χώρο της αγοράς, θα πρέπει να προσέχουμε ιδιαίτερα, διότι συνήθως έχουμε να χειριστούμε λεπτές ισορροπίες. Μπορεί να θέλουμε να προκαλέσουμε το γέλιο, τον τρόμο ή την κοινωνική ευαισθησία, αλλά θα πρέπει να ξέρουμε ότι αυτομάτως περιορίζουμε το κοινό που μπορεί να αποδεχθεί το μήνυμά μας, καθώς μπορεί να μην είναι απόλυτα κατανοητό, μπορεί να μειώσουμε την αξιοπιστία ή τη σοβαρότητα της επιχείρησης, αν δε θεωρηθεί επιτυχής η προσέγγιση του θέματος, ή να θεωρηθεί ότι για εμπορικούς λόγους γίνεται εκμετάλλευση ευαίσθητων ζητημάτων πέρα από το επιτρεπτό όριο κτλ.



β. 68 Η πρόκληση του ενδιαφέροντος στη διπλή θιτρίνα καταστήματος υψηλής ραπτικής δημιουργείται από το σοκ που προκαλεί στον παρατηρητή το αποτροπιαστικό περιβάλλον του σκηνικού.



B. 2.5 ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΒΙΤΡΙΝΑΣ

Για τη διαμόρφωση του εκθεσιακού χώρου ενός εμπορικού καταστήματος απαιτούνται πολλά και ποικίλα υλικά. Έτσι, έχουμε υλικά για διαχωριστικά και ψευδοροφές, για ειδικές κατασκευές και επενδύσεις, αλλά και για άλλα διακοσμητικά στοιχεία. Οι τρόποι επεξεργασίας των υλικών εξετάζονται ιδιαίτερα στο μάθημα «Κατασκευαστικό σχέδιο» της ίδιας τάξης.

B. 2.5.1 Η ΟΡΟΦΗ

Η οροφή της βιτρίνας μπορεί να είναι η συνέχεια της ψευδοροφής του καταστήματος ή να διαφοροποιείται σε ύψος, υλικό, χρώμα, ύψος κτλ. Οι οροφές αυτές μπορεί να είναι τελείως κλειστές και να φιλοξενούν ηλεκτρολογικό εξοπλισμό και αγωγούς αερισμού. Σε διαφορετική περίπτωση, όπως και στα ελαφρά διαχωριστικά που εξετάζουμε παρακάτω, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε πλήθος υλικών, όπως ξύλο, μέταλλο, πλαστικό, ύφασμα, νήματα κτλ., αλλά και συνδυασμούς τους.

B. 2.5.2 ΤΟ ΔΑΠΕΔΟ ΚΑΙ ΟΙ ΠΛΑΪΝΟΙ ΤΟΙΧΟΙ

Τα υλικά που χρησιμοποιούμε για τις επενδύσεις των πλαϊνών τοίχων ή του δαπέδου του εκθεσιακού χώρου μπορεί να ακολουθούν τα υλικά των επενδύσεων της πρόσοψης ή του εσωτερικού χώρου ή να διαφοροποιούνται και από τα δύο. Είναι όλα υλικά επένδυσης εσωτερικού και εξωτερικού χώρου (πέτρα, μάρμαρο, γρανίτης, τούβλα, μέταλλο, ξύλο κτλ.) (εικ. β.69). Επίσης, οι επενδύσεις των τοίχων μπορεί να είναι από υλικά αποσπώμενα. Πιο ελαφριάς και όχι μόνιμης κατασκευής θεωρούνται το ύφασμα, το χαρτί, το πλαστικό κ.ά. Εκτός από τα παραπάνω, μπορούμε να εφαρμόσουμε ειδικές τεχνικές βαφής, διακοσμητικά επιχρίσματα ή επιχρίσματα που μιμούνται άλλα υλικά. Πέρα από αυτό υπάρχει ποικιλία υλικών που μιμούνται τα φυσικά υλικά. Εδώ, πρέπει να προσέξουμε, ώστε αυτή η απομίμηση να αποδίδει όσο γίνεται καλύτερα το φυσικό προϊόν. Για παράδειγμα, σε απομίμηση τοίχου με εμφανή τούβλα, αντί για ανάγλυφη ταπετσαρία με τυπωμένο το μοτίβο του τούβλου, καλό είναι να χρησιμοποιήσουμε το ειδικό διακοσμητικό τουβλάκι, επειδή και το ίδιο αλλά και ο αρμός του δείχνουν πιο αληθινά.



β.69 Ο ανάγλυφος κάνναβος-πλέγμα στο (ψυχρό) φύλλο αλουμινίου, που ντύνει όλη την εσωτερική επιφάνεια της βιτρίνας, με τις μικρές μεταλλικές λάμπες του «κοντράρει» τις απλές λιτές φόρμες, τα ζεστά χρώματα και τα φυσικά υλικά των αντικειμένων.



β.70 Στο πλαίσιο μιας γενικότερης μινιμαλιστικής προσέγγισης της βιτρίνας παραμένει εμφανής η θέση της πόρτας στον πίσω τοίχο της βιτρίνας.



β.71 Παλαιωμένα τούβλα ντύνουν το σταθερό τοίχο της βιτρίνας.

Β. 2.5.3 Ο ΠΙΣΩ ΤΟΙΧΟΣ

Ήδη από το στάδιο του σχεδιασμού του χώρου της βιτρίνας ξέρουμε ότι μπορεί να προκύψει η ανάγκη ενός τελείως κλειστού χώρου, ο οποίος θα οριοθετείται από τους τοίχους που θα κατασκευάσουμε και από το τζάμι στην πρόσοψη του καταστήματος, ή μιας κλειστής 'πλάτης' που διαμορφώνεται από στοιχεία κινητά ή σταθερά.

Σταθερός τοίχος σε κλειστή βιτρίνα

Σ' αυτή την περίπτωση πρέπει να προβλέψουμε κάποια πόρτα ή άλλο είδος περάσματος από το εσωτερικό του καταστήματος στη βιτρίνα, ώστε να είναι εύκολη η πρόσβαση σ' αυτή για τη συντήρηση ή την ανακαίνισή της (εικ. β.70). Εντύπωση σταθερού τοίχου μπορούμε να πετύχουμε με γυψοσανίδες, που δίνουν σταθερή και καθαρή κατασκευή. Επιπλέον, μπορούν εύκολα να πάρουν διάφορες μορφές με καμπύλες, ανοίγματα, εσοχές, προεξοχές κτλ. Από τη στιγμή που έχουμε την αίσθηση του τοίχου, αυτή η επιφάνεια μπορεί να βαφτεί ή να επενδυθεί με άλλα υλικά, όπως ξύλο, μέταλλο, ύφασμα κτλ. (εικ. β.71). Ακόμα, μπορεί να δεχτεί ζωγραφικές παραστάσεις ή ανάγλυφες συνθέσεις.

Ελαφρές κατασκευές σε ανοιχτή βιτρίνα

Οι ελαφρές κατασκευές, που διαχωρίζουν τη βιτρίνα από το εσωτερικό του καταστήματος, «συμμετέχουν» στην εικόνα που παρουσιάζουν και οι δύο χώροι, ταυτόχρονα αλλά και ανεξάρτητα. Μπορεί να έχουν τη μορφή ενός κινητού παραβάν, ενός πανό ή μιας κατασκευής από σταθερά τοποθετημένα στοιχεία (εικ. β.72).

Παραβάν

Το παραβάν ανήκει στα κινητά διαχωριστικά, μπορεί να πάρει ποικίλες μορφές και δίνει πολλές δυνατότητες. Μπορεί να συνδυαστεί με τα υλικά που κυριαρχούν στο εσωτερικό. Μπορεί ακόμη να διαμορφωθεί η όψη του παραβάν που είναι προς το εσωτερικό του καταστήματος με διαφορετικό τρόπο από ό,τι η όψη που είναι προς τη βιτρίνα.

Γενικά, μπορούμε να περιγράψουμε το παραβάν ως ένα σύνολο από τμήματα, καθένα από τα οποία αποτελείται από μια ενιαία ή και διαφορετικών υλικών επιφάνεια. Ο αριθμός των τμημάτων εξαρτάται από το μήκος που πρέπει να καλύψει, αλλά και από το ύψος που θέλουμε να δώσουμε. Έτσι, μπορεί να αποτελείται από 2 έως 6 ή 8 τέτοιες επιφάνειες. Η πιο συνηθισμένη μορφή παραβάν έχει

3-4 τμήματα, που αποτελούνται από ύφασμα τελαρωμένο σε ένα πλαίσιο ξύλινο στηριγμένο σε ποδαράκια. Στην Κίνα, όπου και πρωτοεμφανίστηκε το 2ο π.Χ. αιώνα, θεωρείται παραδοσιακό ένα παραβάν με ξύλινο λακαρισμένο πλαίσιο με πανό από μεταξωτό ύφασμα ή επιχρυσωμένο χαρτί, και τα δύο ζωγραφισμένα στο χέρι. Αντίθετα, η σύγχρονη μορφή του παραβάν σχεδόν δεν έχει περιορισμούς. Μπορεί να πατά με όλη την κάτω επιφάνεια στο δάπεδο, να έχει πόδια ή και μικρές ρόδες. Σήμερα, χρησιμοποιούνται διάφορα υλικά σε πολλούς συνδυασμούς:

- Ενιαία μεταλλική επιφάνεια με χαραγμένο ή διάτρητο σχέδιο
- Ξύλινη ενιαία κλειστή επιφάνεια
- Ξύλο με μικρά ανοίγματα από διακοσμητικά γυαλιά
- Πλαστικό σε λωρίδες περαστό σε μεταλλικό πλαίσιο
- Ψάθα ή και λωρίδες καπλαμά πλεκτές σε ξύλινο πλαίσιο
- Παντζούρι, καινούριο ή παλιό, ανάλογα με τον υπόλοιπο διάκοσμο
- Μεταλλικά ή ξύλινα κενά πλαίσια, για να περνάμε διάφορα υφάσματα ή άλλα υλικά, οπότε υπάρχει και η δυνατότητα επαναχρησιμοποίησής τους στις ανακαινίσεις του χώρου.

Πανό

Από τα πιο ελαφρά και μικρού όγκου διαχωριστικά είναι τα πανό. Τα πανό κρέμονται από την οροφή ή στερεώνονται στο δάπεδο. Το υλικό στερέωσης μπορεί να είναι σύρμα λεπτό ή χοντρό, διάφανη πλαστική κλωστή (πετονιά, μεσινέζα), αν το ζητούμενο είναι να φαίνεται ότι η επιφάνεια αιωρείται. Επίσης, ανάλογα με το υλικό, μπορούν να στερεωθούν είτε περιμετρικά είτε μόνο σε δύο απέναντι πλευρές (πάνω-κάτω ή δεξιά-αριστερά). Τα υλικά μπορεί να είναι: ύφασμα, χαρτί, πλαστικό, ψάθα, κάθε μορφής νήματα κ.ά. Το κάθε υλικό έχει τις ιδιαιτερότητές του.

Έτσι:

- Για τα υφασμάτινα πανό έχουμε πολλούς τρόπους τοποθέτησης, λόγω της ευκαμψίας και της ελαστικότητας του υλικού, ανάλογα και με το είδος του υφάσματος (σχ. 8).
- Στα φωτογραφικά πανό χρησιμοποιούμε φωτογραφίες μεγάλων διαστάσεων ή ένα κολάζ φωτογραφιών. Η φωτογραφία αναπαράγει ένα περιβάλλον (δάσος, θάλασσα, κτίρια, αυτοκίνητα, πλήθος) με τρόπο περισσότερο ρεαλιστικό από οποιοδήποτε άλλο μέσο. Επιπλέον, μπορεί να

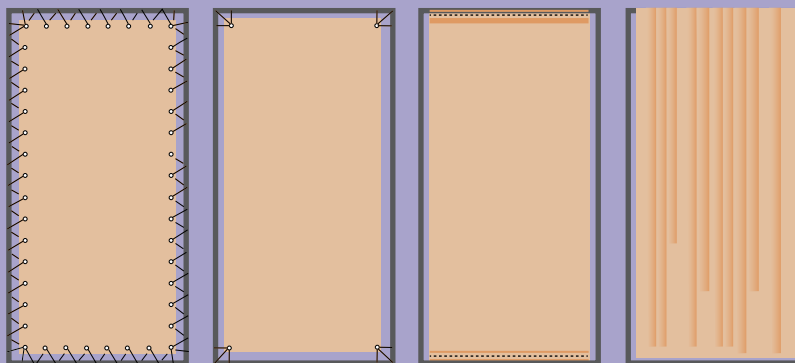


β.72 Ελαφρό διάτρητο διαχωριστικό που οριοθετεί το χώρο της βιτρίνας εσωτερικά.

ΕΛΑΦΡΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ ΣΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΒΙΤΡΙΝΑ -ΠΑΝΟ

Διάφοροι τύποι πανό, στερεωμένα σε τελάρο μεταλλικό ή ξύλινο:

- α. από όλες τις πλευρές,
- β. από τις τέσσερις γωνίες,
- γ. από τις δύο πλευρές,
- δ. από την πάνω πλευρά



Σχ.8



β.73 Κυρίαρχο στοιχείο της βιτρίνας είναι το φωτογραφικό πανό με θέμα σχετικό με τα προϊόντα.

λειτουργήσει ως συμπληρωματικό διαφημιστικό στοιχείο (εικ. β.73).

- Τα πανό από χαρτί ή από πλαστικό φύλλο συνήθως φέρουν το λογότυπο, φράσεις και σχέδια σε επανάληψη ή όχι. Το υλικό σ' αυτές τις περιπτώσεις φροντίζουμε να είναι καλά τεντωμένο ή, αντίθετα, να δίνει την εντύπωση τσαλακωμένου. Τα πανό μπορούμε να τα στερεώσουμε σε έναν πήχη στην πάνω πλευρά και να τα αφήσουμε ελεύθερα να ακουμπήσουν στο δάπεδο υποδηλώνοντας προχειρότητα, σαν να πρόκειται για μια ανακοίνωση της στιγμής.

- Μπορούμε να φτιάξουμε πανό με νήματα από διάφορα υλικά (βαμβακερά, πλαστικά, συρμάτινα κ. ά.). Σ' αυτές τις περιπτώσεις, το πανό γίνεται από ένα τελάρο, πάνω στο οποίο "πλέκουμε" τα νήματα. Μπορούμε να δώσουμε την εντύπωση μιας γεμάτης επιφάνειας που μοιάζει με πλέγμα, μιας επανάληψης σε χρώμα ή πυκνότητα που θυμίζει υφαντό, μιας τυχαίας διάταξης, μιας συμμετρίας κτλ.

Σταθερά διαχωριστικά

Τα σταθερά διαχωριστικά μπορούν να διαμορφωθούν από στοιχεία και υλικά διάφορων διαστάσεων και διατομών. Τα υλικά που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε είναι ξύλο, μέταλλο, πλαστικό, γυαλί κ.ά. (εικ. β.74). Η μορφή μπορεί να προκύψει από ειδικό σχεδιασμό ανάλογα με τις ανάγκες του χώρου. Ακόμη, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε έτοιμα υλικά ή αντικείμενα, όπως νεροσωλήνες, κιγκλιδώματα, πόρτες. Τα έτοιμα αυτά υλικά μπορεί να είναι καινούρια, παλιά ή παλιωμένα.

Β. 2.5.4 ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Γνωρίζουμε ότι ο εκθεσιακός χώρος ενός καταστήματος μπορεί να βρίσκεται στο ίδιο επίπεδο με τον υπόλοιπο χώρο του καταστήματος ή να είναι υπερυψωμένος ως προς το επίπεδο του δαπέδου κατά 20-30 εκατοστά ή ακόμα και κατά 1 μέτρο, ανάλογα με το τι επιβάλλεται από το προϊόν και γενικά από το σχεδιασμό του χώρου. Έτσι, αυτός ο αναβαθμός, όταν υπάρχει, είναι μια επιλογή που καθορίζει τον υπόλοιπο σχεδιασμό και κατασκευάζεται συνήθως από σταθερά υλικά. Παράλληλα όμως, υπάρχει η ανάγκη κατασκευής μικρότερων επιπέδων. Πρόκειται για ράφια, επίπεδα, γεωμετρικά στερεά (όπως κώνοι, παραλληλεπίπεδα, κύβοι), επάνω στα οποία τοποθετούμε τα προϊόντα που θέλουμε να εκθέσουμε. Μπορεί να είναι κατασκευές σταθερές, ή κινητές και μεταβλητές, οπότε και προσφέρουν μεγαλύτερες δυνατότητες για διαφοροποιήσεις στην παρουσίαση των προϊόντων, σε κάθε αλλαγή βιτρίνας.

β.74 Σταθερό διαχωριστικό σε κλειστή βιτρίνα, το οποίο, σε κάποιες θέσεις του, έχει υποδοχές για ράφια ή άλλες κατασκευές παρουσίασης προϊόντων.





β.75 Μάρμαρο, ξύλο και φυσικά υλικά σε κατασκευές παρουσίασης προϊόντων.

Για την κατασκευή του αναβαθμού, αλλά και των υπόλοιπων κατασκευών παρουσίασης, τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν ποικίλουν και τα κριτήρια για την επιλογή τους είναι διάφορα, όπως π.χ. η εμφάνιση, το κόστος ή η μονιμότητα της κατασκευής:

Το κόντρα πλακέ σε μικρό πάχος προσφέρεται για καμπυλώσεις και αντέχει σε πολλαπλά βιδώματα και κολλήσεις. Έτσι, μπορούμε να έχουμε τους βασικούς όγκους της κατασκευής μας, τους οποίους μπορούμε απλώς να βερνικώσουμε αφήνοντας εμφανή τα νερά του ξύλου, ή να τους βάψουμε με ειδικές τεχνικές, για να αποδώσουμε τη ματιέρα μιας άλλης επιφάνειας, ή ακόμα να τους επενδύσουμε με διάφορα υλικά.

Το MDF δεν εμφανίζει τα νερά του ξύλου, αλλά έχει κι αυτό αρκετές δυνατότητες επεξεργασίας και προσφέρεται και για την τεχνική της λάκας, που δίνει στιλπνή και λεία επιφάνεια με απεριόριστες χρωματικές επιλογές.

Το νοβοπάν καλύπτει βασικές ανάγκες απλών κατασκευών, αλλά προσφέρει λιγότερες δυνατότητες επεξεργασίας και χρησιμοποιείται πάντα επενδυμένο.

Εκτός όμως από τα υποπροϊόντα του ξύλου, κατάλληλο υλικό είναι και η γυψοσανίδα, που, όπως ήδη έχουμε αναφέρει, δίνει καλές και σταθερές κατασκευές και επιδέχεται διάφορες επεξεργασίες, βαφές και επενδύσεις.

Μπορεί όμως να έχουμε και κατασκευές από ιδιαίτερα ευτελή αλλά και από ακριβά υλικά:

Ευτελή υλικά, όπως το φελιζόλ και τα χαρτόνια, βαμμένα ή καλυμμένα με ύφασμα, δίνουν φτηνές λύσεις, κατάλληλες για προσωρινή χρήση.

Ακριβά υλικά, όπως το μάρμαρο ή ο γρανίτης, αλλά και το ξύλο, το μέταλλο ή το γυαλί, παρουσιάζουν ξεχωριστή ποιότητα και αντοχή και είναι κατάλληλα για μόνιμες κατασκευές.

Στις περισσότερες περιπτώσεις πρόκειται για κατασκευές με διακριτικό σχεδιασμό, χωρίς έντονα διακοσμητικά στοιχεία, καθώς στόχος τους είναι να παρουσιάσουν κάποια προϊόντα και όχι να αποσπάσουν την προσοχή του παρατηρητή. Παρ' όλα αυτά, συναντάμε κατασκευές καλού σχεδιασμού, με ενδιαφέροντες συνδυασμούς υλικών, πρωτότυπους τρόπους κατασκευής ή στήριξης, με διακριτικά διακοσμητικά στοιχεία ή με αναγραφή του σήματος του καταστήματος κτλ. (εικ. β.75).



8.76 Οι καρέκλες λειτουργούν σαν κατασκευές παρουσίασης προϊόντων.

Ανεξάρτητα όμως από το κόστος ή την πρωτοτυπία στο σχεδιασμό, η τελική επιφάνεια ή τα υλικά επένδυσης πρέπει να είναι τέτοια, ώστε να μη δημιουργούν ανεπιθύμητες αντανakλάσεις, να μην "εξαφανίζουν" οπτικά τα εμπορεύματα, να μη δείχνουν ότι είναι πρόχειρα τοποθετημένα ή ημιτελή και να μην έχουν σημεία τα οποία δεν μπορούν να καθαριστούν.

Επίσης, ως κατασκευή παρουσίασης μπορεί να χρησιμοποιηθεί στο χώρο της βιτρίνας και οποιοδήποτε διαφημιστικό εκθετήριο. Στην περίπτωση αυτή δεν πρόκειται για κατασκευή του καταστήματος αλλά για έτοιμο υλικό που παρέχεται από την εταιρεία η οποία παράγει το προβαλλόμενο προϊόν (εκτός βέβαια από την περίπτωση κατά την οποία εταιρεία και κατάστημα ταυτίζονται). Τα εκθετήρια αυτά συνήθως προορίζονται για τον εσωτερικό χώρο των καταστημάτων, μπορούν όμως να τοποθετηθούν και στο χώρο της βιτρίνας.

Τέλος, έχουμε την περίπτωση στην οποία ως «κατασκευή παρουσίασης» μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε οποιοδήποτε έπιπλο ή αντικείμενο που δεν προοριζόταν αρχικά γι' αυτή τη χρήση, αλλά κάποια δεδομένη στιγμή μπορεί να θεωρηθεί κατάλληλο. Έτσι, καρέκλες και τραπέζια αλλά

και βαρέλια, κάδοι ή κιβώτια μπορούν να φιλοξενήσουν στις επιφάνειές τους ρούχα, παπούτσια, είδη οικιακής χρήσης ή άλλα προϊόντα μέσα στο χώρο κάποιας βιτρίνας (εικ. β.76).

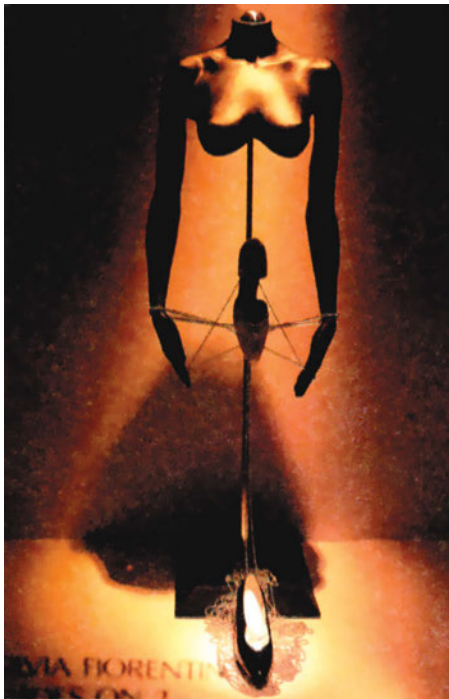
B. 2.5.5 ΟΙ ΚΟΥΚΛΕΣ



β.78 Η παρουσία της κούκλας, σε κατάστημα που εμπορεύεται έπιπλα κουζίνας, στη συγκεκριμένη θέση και στάση δίνει ζωντάνια στο χώρο.

Οι κούκλες αποτελούν και αυτές κατασκευές παρουσίασης προϊόντων, τις εξετάζουμε όμως χωριστά λόγω της ιδιαίτερης σημασίας που έχουν για το χώρο της βιτρίνας.

Στις προηγούμενες περιπτώσεις κατασκευών τα προϊόντα παρουσιάζονται σε παράθεση. Στην περίπτωση χρησιμοποίησης κούκλας στο χώρο της βιτρίνας, τα προϊόντα παρουσιάζονται σε χρήση (εικ. β.77). Αυτό καθιστά τα προϊόντα πιο οικεία, αλλά και πιο επιθυμητά. Η παρουσία της κούκλας είναι βέβαια έντονη σε καταστήματα ρούχων, όπου έχουμε και το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα παρουσίασης προϊόντος σε χρήση. Σε κάποιες περιπτώσεις, όμως, μπορούμε να συναντήσουμε και σε άλλες βιτρίνες κούκλες, οι οποίες βοηθούν στην παρουσίαση, πάλι προς την ίδια κατεύθυνση. Δίνουν ζωντάνια και κίνηση στο χώρο, παρουσιάζουν τη χρήση και λειτουργούν ως μέτρο για την κατανόηση του όγκου ή της έκτασης των παρουσιαζόμενων προϊόντων (εικ. β.78). Επιπλέον, μόνο οι κούκλες μπορούν να δραματοποιήσουν κάποια σκηνή (εικ. β.79).



β.80 Πρωτότυπη παρουσίαση, με τη χρησιμοποίηση άλλου τμήματος κούκλας από το αναμενόμενο για το προϊόν.

Όλα τα χαρακτηριστικά που αναφέραμε ισχύουν πολύ περισσότερο για τις κούκλες με ρεαλιστική εμφάνιση. Η αίσθηση αυτή της ανθρώπινης παρουσίας αποδυναμώνεται, όταν τα χαρακτηριστικά εμφανίζονται πιο αφαιρετικά, όταν παρουσιάζονται μέλη μόνο του ανθρώπινου σώματος - π.χ. μπούστο, κεφάλι, ή πόδια, ή όταν η ανθρώπινη σιλουέτα, αποτελεί μόνο την αφορμή για τη δημιουργία κάποιων εντελώς αφαιρετικών κατασκευών (εικ. β.80). Πάντως από τις πολύ ρεαλιστικές μέχρι τις θεατρικές, τις παράλογες, τις παραμορφωμένες ή τις αφαιρετικές μορφές της κούκλας βιτρίνας, όλες μπορούν να τονίσουν τον χαρακτήρα ενός καταστήματος και να παρουσιάσουν με ιδιαίτερο τρόπο τα προϊόντα του, διότι περισσότερο από κάθε άλλη κατασκευή βρίσκονται κοντά στο ανθρώπινο μοντέλο.

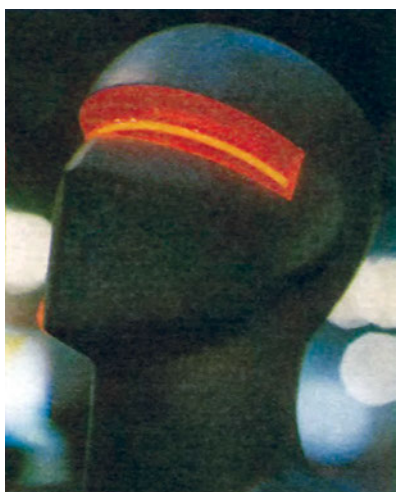
Τα υλικά, όπως και τα σχέδιά τους, είναι πολλά. Κυρίαρχο είναι το πλαστικό, αλλά συχνά συναντάμε και κούκλες από άλλα υλικά, όπως είναι το χαρτί, το μέταλλο, το ξύλο, το ύφασμα, ή και κάποιος συνδυασμός τους (εικ. β.81-82).



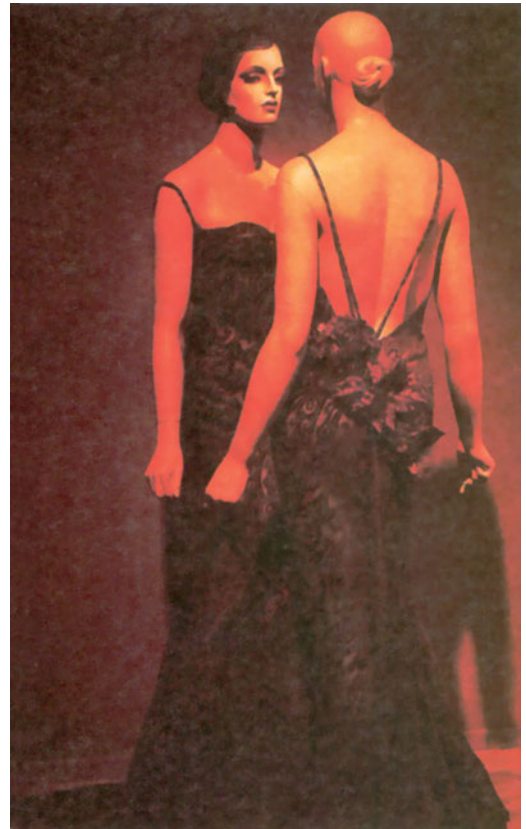
β.77 Βιτρίνα όπου οι κούκλες παρουσιάζονται γυμνές, σαν στοιχείο διακόσμησης, και ντυμένες, σαν κατασκευή παρουσίασης.



β.79 Κούκλες σε θεατρικούς ρόλους στο σκηνικό της βιτρίνας.



Β.81 Κεφάλια από κούκλες, σε ρεαλιστική ή αφαιρετική απόδοση, κατασκευασμένα από διάφορα υλικά.



6.82 Ρεαλιστικές, αφαιρετικές και θεατρικές κούκλες παρουσιάζουν τα προϊόντα σε χρήση.

Β. 2.5.6 ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Ως διακοσμητικά μπορούμε να θεωρήσουμε οποιαδήποτε στοιχεία δε φέρουν προϊόντα ή πληροφορίες για τα προϊόντα σε μια βιτρίνα. Τα στοιχεία αυτά μπορεί να είναι μικρά ή μεγάλα και παίζουν καθαρά διακοσμητικό ρόλο παραπέμποντας, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, σε κάποιο στοιχείο του προϊόντος ή σε οτιδήποτε άλλο αποτελεί το θέμα της διακόσμησης της βιτρίνας. Το διακοσμητικό υλικό που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ανήκει συνήθως σε μια από τις παρακάτω περιπτώσεις.

Έτοιμα διακοσμητικά στοιχεία

Πρόκειται για υλικό που προέρχεται από εταιρείες οι οποίες κατασκευάζουν διακοσμητικά για βιτρίνες. Είναι συνήθως οικονομικά προσιτό, ελαφρύ και μπορεί να τοποθετηθεί σε οποιαδήποτε βιτρίνα. Αποτελεί εύκολη λύση, όχι απαραίτητα κακή, που όμως θέλει ιδιαίτερη προσοχή στην επιλογή και στη χρησιμοποίηση του υλικού, διότι υπάρχει ο κίνδυνος να δημιουργήσουμε βιτρίνες χωρίς πρωτοτυπία. Τέτοια αντικείμενα είναι συνήθως γιρλάντες, νιφάδες, λουλούδια κτλ.

Ειδικά κατασκευασμένα στοιχεία

Πρόκειται για διακοσμητικά στοιχεία που κατασκευάζονται ειδικά για ένα συγκεκριμένο κατάστημα. Όταν υπάρχει «αλυσίδα» καταστημάτων, μπορεί ο διακοσμητής να τα παραλάβει έτοιμα και να είναι υποχρεωμένος να τα χρησιμοποιήσει. Στην περίπτωση αυτή υπάρχει περιορισμός από το υλικό και δεν μπορεί να κάνει σοβαρές επεμβάσεις στη διαμόρφωση της βιτρίνας. Αυτό συμβαίνει, διότι η βιτρίνα αποτελεί μέρος της γενικότερης πολιτικής μάρκετινγκ που ακολουθεί η επιχείρηση και όλα τα υποκαταστήματα πρέπει να παρουσιάζουν μια ομοιογένεια και να ακολουθούν βασικές αρχές που καθορίζονται από έναν κεντρικό σχεδιασμό.

Σε περιπτώσεις μεμονωμένων καταστημάτων το διακοσμητικό υλικό μπορεί να σχεδιαστεί ή και να κατασκευαστεί από τον ίδιο τον διακοσμητή της βιτρίνας. Εδώ, οι δυνατότητες είναι απεριόριστες και μπορεί κάποιος να δημιουργήσει πραγματικά πρωτότυπα και αποκλειστικά διακοσμητικά στοιχεία (εικ. β.83-β.84-β.85).

Έτοιμα αντικείμενα

Αντικείμενα που προορίζονταν για άλλη χρήση, όπως είδαμε και στην ενότητα για τις κατασκευές παρουσίασης, μπορούν να χρησιμοποιηθούν, κατά περίπτωση, στο χώρο



β.83 Διακοσμητικές κατασκευές που λειτουργούν και ως κατασκευές παρουσίασης. Αφορμή για το σχεδιασμό τους δίνεται από τα προϊόντα και την εποχή.



β.84 Οι γραμμές του προϊόντος είναι η αφορμή για το ειδικά κατασκευασμένο διακοσμητικό στοιχείο από φυσικά υλικά.

της βιτρίνας. Αυτά μπορεί να είναι έπιπλα, κεραμικά, φωτιστικά ή ζάντες και ελαστικά, μουσικά όργανα, αντίγραφα έργων τέχνης και αρχαιολογικών ευρημάτων ή αντίκες, αλλά και συσκευασίες τροφίμων, ποτά ή άλλα προϊόντα από καταστήματα τροφίμων, λουλούδια κτλ. Θα πρέπει, βέβαια, να είμαστε ιδιαίτερα προσεκτικοί ως προς τη χρήση φυσικών προϊόντων, όπως είναι τα λουλούδια ή τα φρούτα, που είναι παρακινδυνευμένο να χρησιμοποιούνται στο χώρο της βιτρίνας, καθώς ο έντονος φωτισμός και η υψηλή θερμοκρασία του χώρου καταστρέφει αυτού του είδους τα προϊόντα σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα.



β.85 Απλές γεωμετρικές κατασκευές σε ύφος που ταιριάζει με τα προϊόντα.

β.86 Διακοσμητικό υλικό από άχρηστα αντικείμενα πλαισιώνει τα προϊόντα, σε ένα πρωτότυπο συνονθύλευμα.



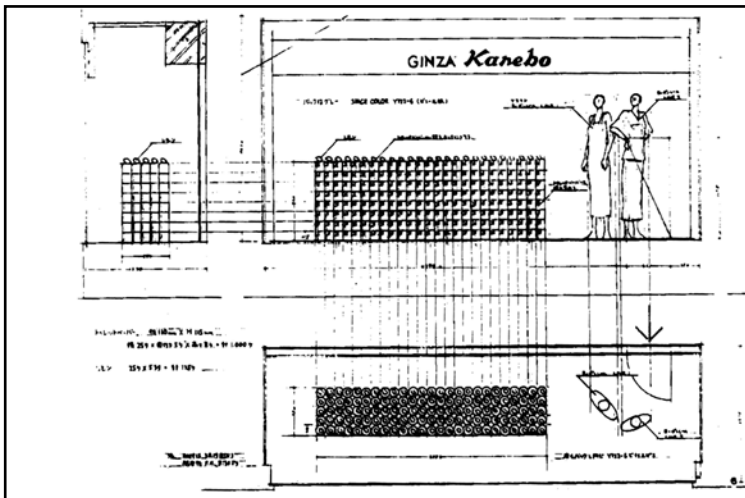
Το ίδιο μπορεί να συμβεί και με χαρτιά ή υφάσματα που έχουν ευαίσθητα χρώματα και μπορεί να ξεθωριάσουν γρήγορα, προσφέροντας ένα μάλλον θλιβερό θέαμα.

Έχουμε, λοιπόν, στη διάθεσή μας μια τεράστια ποικιλία αντικειμένων μεγάλης ή και ευτελούς αξίας, που παρουσιάζονται στη βιτρίνα με λογικό ή παράλογο τρόπο και που, επιπλέον, μπορεί να είναι καινούρια, παλιά ή και παλαιωμένα (εικ. β.86).

Εδώ, να αναφέρουμε ότι, όπου υπάρχει η δυνατότητα χρησιμοποίησης πραγματικά παλαιών και όχι παλαιωμένων αντικειμένων, θα πρέπει να την εκμεταλλευόμαστε για δύο λόγους. Ο πρώτος λόγος είναι ότι η φυσική παλαίωση είναι πιο πειστική από την τεχνητή (εικ. β.87). Ο δεύτερος λόγος είναι πως, ιδιαίτερα σήμερα, θα πρέπει να ενεργούμε και με κριτήριο το σεβασμό προς το περιβάλλον. Δεν υπάρχει λόγος να δημιουργούμε απερίσκεπτα όγκους νέων σκουπιδιών, ενώ μπορούμε να το αποφύγουμε, έχοντας μάλιστα και καλύτερο αποτέλεσμα. Σκεφτείτε, για παράδειγμα, πόσο δαπανηρό και άσκοπα ρυπογόνο θα είναι να αγοραστούν 20-30 καινούρια λάστιχα αυτοκινήτου, να γίνει επέμβαση για να φανούν «ταλαιπωρημένα» και στην επόμενη αλλαγή βιτρίνας να πεταχτούν.

Γενικά, ο χώρος της βιτρίνας είναι ίσως ο πιο «αναλώσιμος» χώρος, με πολύ περιορισμένο χρόνο ζωής. Έτσι, είναι δεδομένο πως θα δημιουργήσει πολλούς ρύπους. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο θα πρέπει ίσως να αντιμετωπίσουμε το ζήτημα αυτό με κάποια σοβαρότητα μεγαλύτερη από όση κατά τη δημιουργία άλλων χώρων. Χωρίς αυτό να είναι περιοριστικός παράγοντας ή να δεσμεύει τη φαντασία μας, θα πρέπει να γίνεται προσπάθεια, ώστε να χρησιμοποιούνται, όσο είναι δυνατόν, υλικά φιλικά

προς το περιβάλλον, ανακυκλωμένα ή ανακυκλώσιμα, ή αντικείμενα σε δεύτερη χρήση. Επιπλέον, μπορούμε να επαναχρησιμοποιούμε ή να ανακυκλώνουμε, όποτε αυτό είναι δυνατόν, τα υλικά από παλαιότερες διακοσμήσεις της βιτρίνας. Για παράδειγμα, ένα σκηνικό από φελιζόλ μπορεί να επαναχρησιμοποιηθεί, αν υπάρχει ανάγκη δημιουργίας μικρότερων κατασκευών από το ίδιο υλικό, και θα ήταν άσκοπο να πεταχτούν κιλά χαρτιού από κάποιο σκηνικό, αν το επόμενο σκηνικό απαιτεί κατασκευές από χαρτοπολτό.



β.87 Φτηνό έτοιμο υλικό - ρολά χαρτί υγείας - σε πρωτότυπη διακοσμητική παρουσίαση στη βιτρίνα.



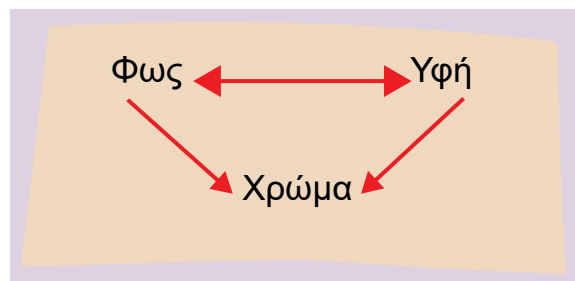
B. 2.6 ΦΩΤΙΣΜΟΣ

Ο φωτισμός ενός χώρου, ανοιχτού ή κλειστού, είναι ένας από τους παράγοντες που συμβάλλει ουσιαστικά στη διαμόρφωση του ύφους του και της ατμόσφαιρας που δημιουργείται μέσα σ' αυτόν. Γι' αυτό, πρέπει να χρησιμοποιείται με τρόπο που να καλύπτει λειτουργικές, αισθητικές και ψυχολογικές ανάγκες.

Ειδικά όταν πρόκειται για επαγγελματικούς χώρους, πρέπει να αναδεικνύει και να παρουσιάζει σωστά και καλαίσθητα τους χώρους αυτούς και τα αντικείμενά τους.

Ταυτόχρονα, πρέπει να δημιουργεί άνετη και ευχάριστη ατμόσφαιρα και να εξασφαλίζει την αποδοτικότητα και την αποτελεσματικότητα όλων όσων συμβαίνουν μέσα σ' αυτούς.

Για να πετύχουμε, βέβαια, το ζητούμενο κάθε φορά αποτέλεσμα, πρέπει να συνδυάσουμε τις επιλογές φωτισμού με τα χρώματα και την υφή των υλικών στο χώρο μας. Η τελική, δηλαδή, εντύπωση που εισπράττει ο παρατηρητής από το φωτισμό διαμορφώνεται από την αλληλεπίδραση τριών παραγόντων, όπως φαίνεται στο σχήμα (σχ. 9).



Σχ.9

Πολλές φορές χρειάζονται επεμβάσεις που μπορούν να βελτιώσουν την εικόνα μιας επιφάνειας ή ενός χώρου που φωτίζεται με φυσικό φωτισμό, εκεί όμως όπου περισσότερο μπορούμε να επέμβουμε είναι στον τεχνητό φωτισμό ενός χώρου, και σ' αυτόν κυρίως θα αναφερθούμε.

Β. 2.6.1 ΤΕΧΝΗΤΟΣ ΦΩΤΙΣΜΟΣ

Τα είδη του φωτισμού

Εξετάζοντας τα είδη του τεχνητού φωτισμού διακρίνουμε τις εξής κατηγορίες:

1. Ανάλογα με τον τρόπο με τον οποίο φτάνει στις επιφάνειες, ο φωτισμός είναι άμεσος ή έμμεσος. Αν, δηλαδή, ο χώρος δέχεται το φως απευθείας από τη φωτεινή πηγή ή μετά από αντανάκλασεις.
2. Ανάλογα με την εμφανή, ή μη εμφανή θέση των φωτιστικών, είναι φανερός ή κρυφός.
3. Ανάλογα με το εύρος της γωνίας της φωτεινής δέσμης, είναι τοπικός ή γενικός (σημειακός ή διάχυτος).
4. Ανάλογα με την ένταση, είναι ήπιος ή σκληρός.

Οι επιλογές φωτισμού που θα κάνουμε σε κάθε περίπτωση έχουν στοιχεία και από τις τέσσερις κατηγορίες. Π.χ. ο φωτισμός ενός χώρου μπορεί να είναι φανερός, διάχυτος, άμεσος, ήπιος ή, σε άλλη περίπτωση, κρυφός, έμμεσος, έντονος, σημειακός κτλ. Στις περισσότερες περιπτώσεις, έχουμε συνδυασμό διάχυτου (γενικού) φωτισμού και σημειακού (τοπικού) φωτισμού, άμεσου και έμμεσου, φανερού και κρυφού. Γι' αυτό αναφέρουμε παρακάτω τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του καθενός και τις δυνατότητες που δίνουν.

Γενικός φωτισμός (διάχυτος)

Ο γενικός ή διάχυτος φωτισμός έχει ως σκοπό να καλύψει ολόκληρο το χώρο. Μπορεί να είναι άμεσος, απευθείας από τους λαμπτήρες, αλλά και έμμεσος, όταν προέρχεται από αντανάκλαση πάνω σε ανοιχτόχρωμες επιφάνειες, οροφή, δάπεδο, τοίχους.

Μπορεί να είναι άμεσος και φανερός, με διάσπαρτες λάμπες οροφής (συνήθως πυράκτωσης) ή λάμπες δαπέδου στραμμένες στο πάτωμα ή στην οροφή (που θα πρέπει να είναι ανοιχτόχρωμη) (εικ. β.88).

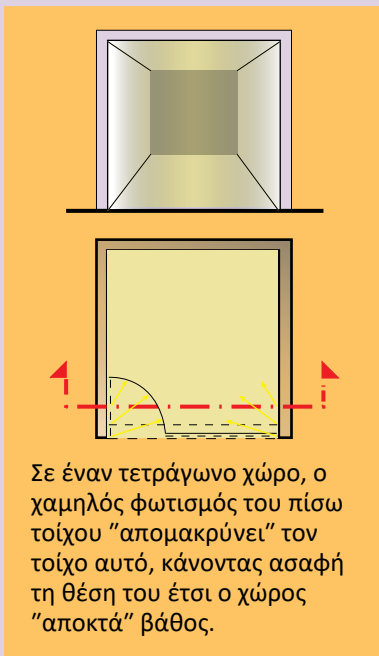
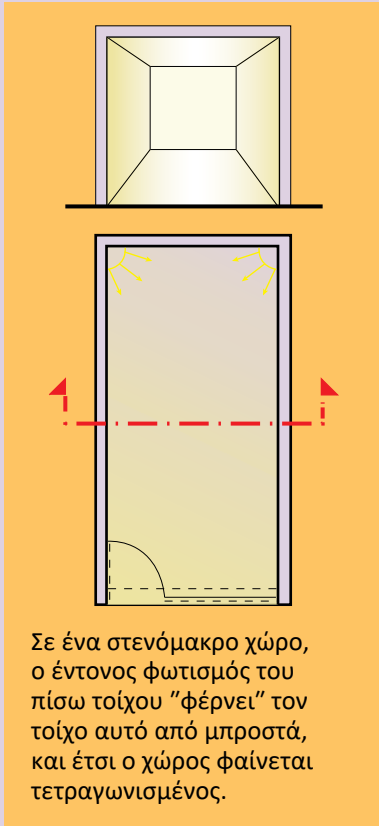
Επίσης, πολύ καλό αποτέλεσμα μπορούμε να έχουμε δημιουργώντας ένα πλέγμα από λαμπτήρες στην επιφάνεια της οροφής ή της ψευδοροφής. Τα περισσότερα συστήματα ψευδοροφών διαθέτουν δυνατότητες τοποθέτησης φωτιστικών, αναρτώμενων ή χωνευτών.

Μπορούμε ακόμη να επιλέξουμε κρυφό φωτισμό, κατασκευάζοντας στην περίμετρο της οροφής, ή σε ένα τμήμα της, υποδοχές (σκάφες) που κρύβουν τους λαμπτήρες, ή να τοποθετήσουμε απλίκες.



β.88 Φανερός φωτισμός με λάμπες στην ανοιχτόχρωμη οροφή, της βιτρίνας.

ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΟΥ ΒΑΘΟΥΣ ΜΕ ΤΟΝ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟ ΦΩΤΙΣΜΟ



Ο γενικός φωτισμός έχει κυρίως λειτουργικό ρόλο, διότι δίνει ομοιόμορφο αποτέλεσμα, και μας βοηθάει να έχουμε την πλήρη εικόνα ενός χώρου, ώστε να τον παρατηρούμε με άνεση και να κινούμαστε με ασφάλεια μέσα σ' αυτόν. Για να έχουμε καλό αποτέλεσμα στο γενικό φωτισμό πρέπει:

- Να αποφασίσουμε για την απαιτούμενη ένταση του φωτισμού. Ανάλογα με το είδος του χώρου, έχουμε διαφορετικές απαιτήσεις φωτισμού. Για παράδειγμα, αλλιώς φωτίζεται η είσοδος ενός καταστήματος, που, κατά κανόνα, απαιτεί άπλετο φως, και αλλιώς φωτίζεται ο εσωτερικός χώρος. Στον εσωτερικό χώρο, συνήθως, διαμορφώνονται ζώνες διαφορετικού φωτισμού, που δημιουργούν και το ανάλογο «σκηνικό» για την κάθε περίπτωση καταστήματος. Η επιτυχής λειτουργία του φωτισμού πρέπει να στοχεύει στις σωστές κλιμακώσεις της έντασης και για την επιλογή αυτή, καθοριστικό ρόλο παίζουν το μέγεθος, το σχήμα και τα γενικότερα χαρακτηριστικά του χώρου, καθώς και το είδος και η υφή των αντικειμένων και των επιφανειών.

Για παράδειγμα, μπορούμε να «περιορίσουμε» το μήκος ενός μακρόστενου χώρου και να τον κάνουμε να φαίνεται πιο τετραγωνισμένος, αν φωτίσουμε έντονα τον τοίχο που ορίζει το τέλος του. Αντίθετα, μπορούμε να δώσουμε περισσότερο βάθος σε ένα χώρο, αν αφήσουμε αφώτιστο ή ημιφωτισμένο τον πίσω τοίχο, δημιουργώντας έτσι μια ασάφεια στα όριά του (σχ. 10).

- Να αποφασίσουμε αν θα εφαρμόσουμε άμεσο, έμμεσο ή μεικτό φωτισμό. Όταν ο χώρος είναι ψηλός ή υπάρχουν αρκετά σκούρα χρώματα, καλύτερος είναι ο άμεσος φωτισμός. Αντίθετα, σε χαμηλούς χώρους ή σε χώρους με μικρό βάθος ο έμμεσος φωτισμός δίνει πιο ομοιόμορφο αποτέλεσμα, χωρίς θαμβώσεις. Συνήθως, επιλέγουμε μεικτό φωτισμό, στον ίδιο ενιαίο χώρο ή κατανέμουμε το χώρο σε περιοχές όπου κυριαρχεί ο άμεσος φωτισμός και σε άλλες όπου ο έμμεσος προσφέρεται περισσότερο.

Τοπικός φωτισμός (σημειακός)

Τις περισσότερες φορές ο σημειακός φωτισμός χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με το γενικό φωτισμό, για να φωτίσει πιο έντονα συγκεκριμένες περιοχές ή αντικείμενα, και έχει στόχο να προσελκύσει και να ενημερώσει τον παρατηρητή (εικ. β.89).

Σε περιπτώσεις σημειακού φωτισμού οι λάμπες πρέπει να αναδεικνύουν το ανάγλυφο και την υφή των αντικειμένων

χωρίς ανεπιθύμητες σκιάσεις. Επίσης, πρέπει να προσέξουμε, ώστε οι λάμπες να μην είναι μέσα στο οπτικό πεδίο του θεατή, για να μην έχουμε θαμπώματα (εικ. β.90).

Σε περιπτώσεις σημειακού φωτισμού, οι καθρέφτες, τοποθετημένοι απέναντι ή σε ορθή γωνία και σε κατάλληλες θέσεις, δίνουν πολύ ωραίο έμμεσο φωτισμό και ταυτόχρονα μεγαλώνουν το χώρο.

Αυτό που πρέπει να προσέξουμε στο σημειακό φωτισμό είναι να μην υπερβάλλουμε στον αριθμό των λαμπτήρων, αλλά να τοποθετήσουμε κατάλληλους λαμπτήρες σε κατάλληλες θέσεις και μόνο όσους χρειάζονται. Πολλές φορές παρατηρούμε μια υπερβολή στο σημειακό φωτισμό, που παύει πλέον να είναι σημειακός και καταλήγει να είναι ένας υπερβολικός, διάχυτος φωτισμός που ξεφεύγει από τον αρχικό του στόχο.

Μεικτός φωτισμός

Ο φωτισμός κάθε σχεδόν εσωτερικού χώρου είναι μεικτός. Συνυπάρχουν, δηλαδή, ο γενικός φωτισμός στο σύνολο του χώρου και ο σημειακός κατά περιοχές. Για να φωτίσουμε, λοιπόν, σωστά, πρέπει:

1. να διαπιστώσουμε και να κατανοήσουμε τις ανάγκες ενός χώρου για γενικό φωτισμό και τις ιδιαίτερες απαιτήσεις τμημάτων του για σημειακό φωτισμό και
2. να γνωρίζουμε τα είδη των λαμπτήρων, τα τεχνικά χαρακτηριστικά τους (ένταση, χρώμα φωτός, δέσμη, διάχυση κτλ.) και να ξέρουμε πόσο κατάλληλοι είναι για κάθε περίπτωση.

Β. 2.6.2 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΛΑΜΠΤΗΡΩΝ ΚΑΙ ΦΩΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΩΜΑΤΩΝ

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας σε θέματα φωτισμού και λαμπτήρων μας δίνει τη δυνατότητα να επιλέξουμε ανάμεσα σε μια μεγάλη ποικιλία λαμπτήρων. Τα χαρακτηριστικά που πρέπει να προσέξουμε, όταν επιλέγουμε λαμπτήρες, είναι τα παρακάτω:

1. Να είναι κατάλληλοι για το είδος του φωτισμού που θέλουμε (διάχυτος, σημειακός, άμεσος, έμμεσος κτλ.)
2. Να παρέχουν τη φωτεινή ισχύ που θέλουμε
3. Να έχουν δυνατότητα ρύθμισης της έντασης φωτισμού (dimming). Η ρύθμιση της έντασης του φωτισμού είναι πολύ σημαντική, διότι, πέρα από την εξοικονόμηση ενέργειας, μας δίνει τη δυνατότητα να προσαρμόσουμε



β.89 Σημειακός φωτισμός, που κάνει πιο έντονη την παρουσία των προϊόντων.



β.90 Σωστός σημειακός φωτισμός, χωρίς θαμπώματα, από λαμπτήρες κατάλληλα τοποθετημένους.

την ένταση του φωτός σε σχέση με το χώρο και την ώρα. Αυτό μπορεί να γίνεται με απόφαση του χρήστη είτε με ροοστάτες (dimmers) χειροκίνητους ή τηλεχειριζόμενους είτε με επιλογή αυτοματισμού με τη βοήθεια αισθητήρων (sensors).

4. Να έχουν τη δυνατότητα να αλλάζουν διεύθυνση. Αυτό εξαρτάται από τον τρόπο σύνδεσης του φωτιστικού σώματος με τη βάση του. Υπάρχουν φωτιστικά σώματα που είναι σταθερά συνδεδεμένα με κάποια βάση και άλλα που είναι συνδεδεμένα αρθρωτά ή προσαρμοσμένα σε οδηγούς (ράγες) κατά μήκος των οποίων μπορούν να κινούνται οριζόντια ή κατακόρυφα. Μεγάλη προσοχή χρειάζεται στις θέσεις όπου θα τοποθετηθούν αυτοί οι οδηγοί, για να μπορούμε να έχουμε ευελιξία στην επιλογή του φωτισμού.

5. Να έχουν τη δυνατότητα να διευρύνουν ή να ελαττώνουν τη γωνία διάχυσης, να έχουν δηλαδή μεταβαλλόμενη δέσμη. Σε φωτιστικά οροφής συνήθως αυτό μπορούμε να το πετύχουμε με την αυξομείωση του μήκους του καλωδίου. Σήμερα, με την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής, υπάρχει η δυνατότητα να πετύχουμε το ίδιο αποτέλεσμα με ενσωματωμένους στην εγκατάσταση μηχανισμούς που διευρύνουν ή στενεύουν τη δέσμη.

6. Να έχουν τη δυνατότητα να ενεργοποιούνται ή να σβήνουν αυτόματα κατά ομάδες ή μεμονωμένα. Τη δυνατότητα αυτή μπορεί να την παρέχει σε ειδικούς λαμπτήρες μόνο το ανάλογο ηλεκτρονικό σύστημα εγκατάστασης. Συνήθως, τα συστήματα αυτά (electronic ballants) παρέχουν πολλές δυνατότητες ταυτόχρονα στο δίκτυο: αυτόματο dimming, αυτόματη ενεργοποίηση ή αναστολή λαμπτήρων, αυτόματη ρύθμιση δέσμης κτλ., δυνατότητες που ρυθμίζονται από την εγκατάσταση ενός λογισμικού ελέγχου. Εκτός από τα παραπάνω, υπάρχει και η δυνατότητα σύνδεσης του συστήματος φωτισμού με άλλα συστήματα, όπως π.χ. το σύστημα ασφάλειας (συναγερμός).

Η αναφορά μας στα είδη των λαμπτήρων μπορεί να γίνει μόνο αν τα χωρίσουμε σε μεγάλες κατηγορίες, διότι είναι πάρα πολλά. Έτσι, ανάλογα με τα βασικά τεχνικά χαρακτηριστικά τους, έχουμε τα είδη λαμπτήρων που εμφανίζονται στον πίνακα (σχ. 11).

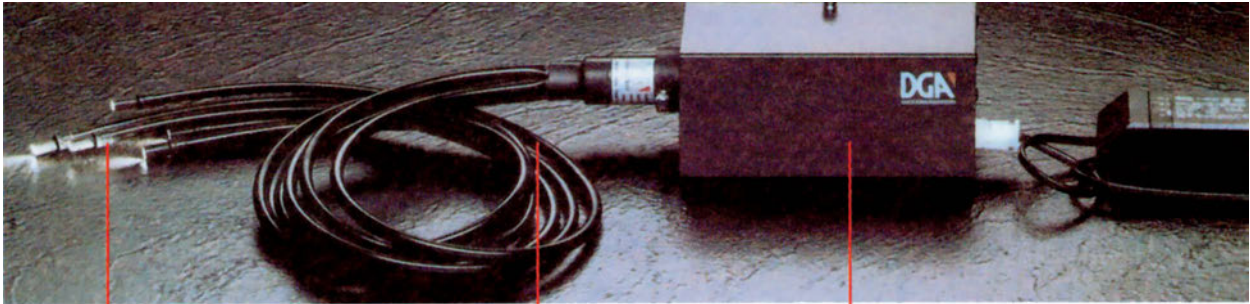
ΤΕΧΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΛΑΜΠΤΗΡΩΝ

ΕΙΔΟΣ ΛΑΜΠΤΗΡΑ		ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ					
ΠΥΡΑΚΤΩΣΗΣ	χαμηλής τάσης	○		▲			◻
	κανονικοί	○	●		▲	■	◻
	υψηλής τάσης		●		▲	■	◻
	υψηλής πίεσης νατρίου	○			▲	■	
	χαμηλής πίεσης νατρίου		●	▲		■	
	αλογόνων	○			▲	■	
ΦΘΟΡΙΣΜΟΥ	υψηλής πίεσης υδραργύρου	○			▲		◻
	με περίβλημα φθορίου ή ανακλαστήρα	○			▲	■	◻
	απλοί σωλήνες	○		▲		■	◻
	με αλογονίδια	○			▲	■	◻
	ορισμένης δέσμης με ανακλαστήρα (προβολείς)		●		▲		
ΆΛΛΟΙ	μεικτού φωτός	○		▲			◻
	ατμών υδρογόνου (Mercury Vapour)	○			▲		◻
	οπτικών ινών		●	▲		■	◻

Οι λαμπτήρες πυράκτωσης προσφέρουν φωτισμό θερμής χρωματικής απόδοσης, εκτός από την περίπτωση των λαμπτήρων αλογόνου που προσφέρουν και λευκό φως ημέρας. Όλοι οι άλλοι λαμπτήρες προσφέρουν λευκό φως ημέρας, και κάποιοι λαμπτήρες φθορισμού, όπως οι απλοί σωλήνες και οι υψηλής πίεσης υδραργύρου, προσφέρουν και ψυχρή χρωματική απόδοση.

Τα υπόλοιπα τεχνικά χαρακτηριστικά παρουσιάζονται στον πίνακα ως εξής:

- Γενικού φωτισμού
- Σημειακού φωτισμού
- ▲ Ήπιας έντασης
- ▲ Δυνατής έντασης
- ◻ Εξωτερικού χώρου
- Εσωτερικού χώρου



τερματικά φωτιστικά

δεσμίδα οπτικών ινών

συσκευή φωτισμού

β.91 Τα μέρη του εξοπλισμού των οπτικών ινών σε εφαρμογή κατά την οποία το φως εμφανίζεται μόνο στην άκρη τους.

B. 2.6.3 ΦΩΤΙΣΜΟΣ ΜΕ ΟΠΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ

Τα τελευταία χρόνια, εκτός από την εξέλιξη των «παραδοσιακών» πια ηλεκτρικών λαμπτήρων κάθε τύπου, ραγδαία είναι και η ανάπτυξη εγκαταστάσεων και συσκευών για φωτισμό με οπτικές ίνες. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα συστήματα αυτά αφενός είναι εύκολα στην εγκατάσταση και στη συντήρηση, αφετέρου είναι ασφαλή και κατάλληλα για πολλές φωτιστικές εφαρμογές.

Η εγκατάσταση οπτικών ινών περιλαμβάνει τρία μέρη:

1. Τη φωτεινή πηγή (λαμπτήρα), σε ειδική συσκευή,
2. Τη δεσμίδα (εύκαμπτες ράβδοι) των οπτικών ινών,
3. Τα τερματικά φωτιστικά (σταθερά, κινητά, διακοσμητικά) (εικ. β.91).

Αναλυτικότερα:

1. Ο αρχικός λαμπτήρας ενεργοποιείται με ηλεκτρισμό, και μπορεί να είναι οποιασδήποτε κατηγορίας (πυράκτωσης, αλογόνου, διχρωϊκός κτλ.) Η συσκευή, εκτός από το λαμπτήρα, έχει συνήθως ανακλαστήρα, dimmer, πιθανόν φίλτρα κτλ.
2. Οι οπτικές ίνες μπορεί να δίνουν σημειακό φωτισμό, με φως που βγαίνει μόνο στο άκρο της κάθε ράβδου, ή να βγάζουν φως σε όλο το μήκος τους (όπως οι σωλήνες νέον). Επίσης, μπορεί να είναι γυάλινες ή πλαστικές, εμφανείς ή καλυμμένες.
3. Επειδή στα τερματικά φωτιστικά δεν υπάρχει ούτε θερμότητα ούτε κάποιου άλλου είδους ακτινοβολία, είναι δυνατή η χρήση τους σε κάθε χώρο, ακόμη και εκεί όπου έρχονται σε επαφή με το νερό, με εύφλεκτα υλικά κτλ. (εικ. β.92).



6.92 Οι μικρές λάμπες φωτίζουν και ταυτόχρονα διακοσμούν τη φιγούρα.



β.93 Η θέση των φωτιστικών επιτρέπει τον άνετο χειρισμό τους, και τα ίδια λειτουργούν ως διακοσμητικά στοιχεία στη βιτρίνα.

B. 2.6.4 Ο ΦΩΤΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΒΙΤΡΙΝΑΣ

Ο φωτισμός είναι το στοιχείο εκείνο που αναδεικνύει ή υποβαθμίζει την εικόνα την οποία παρουσιάζει η σύνθεση των προϊόντων και των διακοσμητικών στοιχείων σε μια βιτρίνα (εικ. β.93). Κάποιες φορές μάλιστα δε συμμετέχει στην τελική σύνθεση μόνο με το αποτέλεσμα που προκαλεί, αλλά και με τα ίδια τα φωτιστικά σώματα (εικ. β.94-β.95).

Στη βιτρίνα, κατά κανόνα, συνυπάρχουν ο φυσικός και ο τεχνητός φωτισμός κατά τη διάρκεια της ημέρας, ενώ τη νύχτα επικρατεί ο τεχνητός. Ο φυσικός φωτισμός δεν είναι σταθερός και μεταβάλλεται ως προς την ποσότητα, τη διάρκεια, τη θέση του και ανάλογα με την εποχή, το κλίμα, την ώρα. Άλλη είναι η εικόνα της ίδιας βιτρίνας στις 5 το απόγευμα μιας αυγουσιτιάτικης ηλιόλουστης ημέρας, και άλλη την ίδια ώρα μιας συνεφιασμένης χειμωνιάτικης ημέρας.

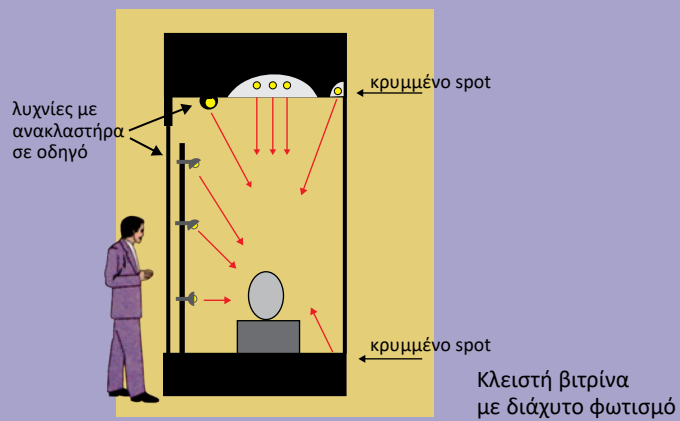
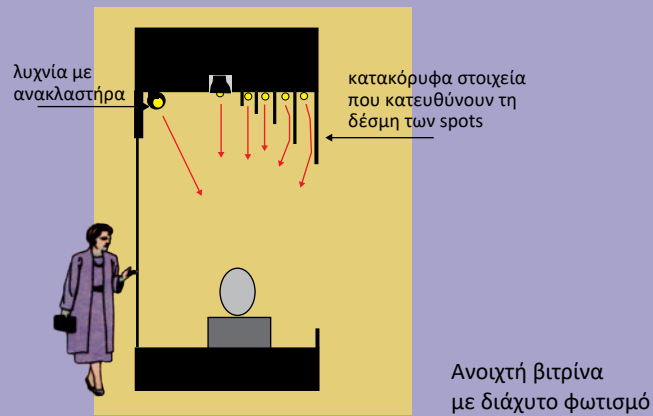
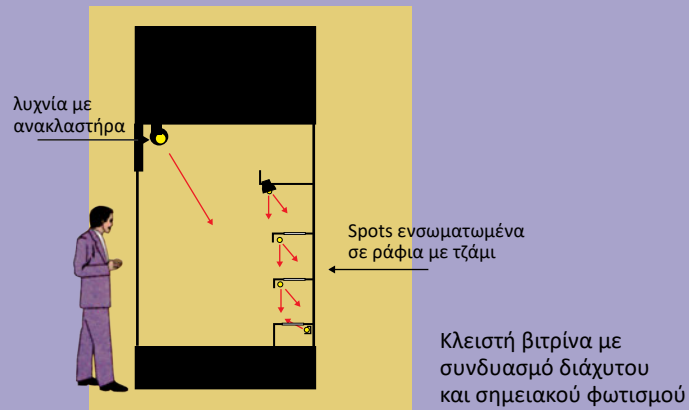
Για να μπορέσουμε, λοιπόν, να κρατήσουμε το φωτισμό σταθερό, πρέπει οι επιλογές μας στον τεχνητό φωτισμό να μας δίνουν ευελιξία και δυνατότητα προσαρμογής στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες του φυσικού φωτισμού. Αυτό σημαίνει ότι ο τεχνητός φωτισμός που θα επιλέξουμε θα πρέπει αρχικά να εξομαλύνει τις δυσκολίες που ενδεχομένως δημιουργεί ο φυσικός φωτισμός, αλλά και να μας δίνει τη δυνατότητα να επεμβαίνουμε και να αλλάζουμε κάποια χαρακτηριστικά του, όπως:

- την ένταση και την ποσότητα του φωτός,
- τη δέσμη διάχυσης,
- τη διεύθυνση ή τη θέση φωτισμού,
- την ενεργοποίηση ή απενεργοποίηση ενός αριθμού λαμπτήρων,
- τη διάρκεια ζωής τους,
- την εύκολη αντικατάσταση των λαμπτήρων,
- την εξοικονόμηση ενέργειας.

Επειδή η διάταξη των πραγμάτων στη βιτρίνα αλλάζει αρκετά συχνά, πρέπει και ο φωτισμός να μπορεί κάθε φορά να προσαρμόζεται στις ανάγκες που προκύπτουν.

Για μεγαλύτερες βιτρίνες μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε προβολείς με ρυθμιζόμενους ανακλαστήρες (για αλλαγή της γωνίας πρόσπτωσης του φωτός) ή και λαμπτήρες klieg (θεάτρου). Για μικρότερες βιτρίνες συνήθως χρησι-

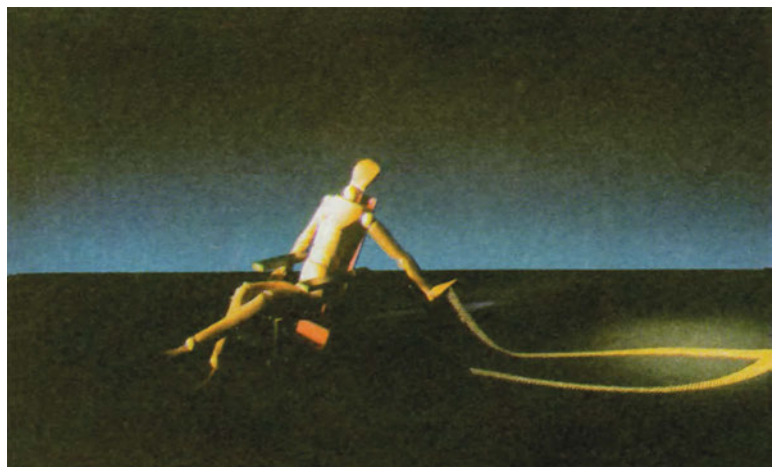
ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΩΝ ΤΡΟΠΩΝ ΦΩΤΙΣΜΟΥ ΣΕ ΒΙΤΡΙΝΑ



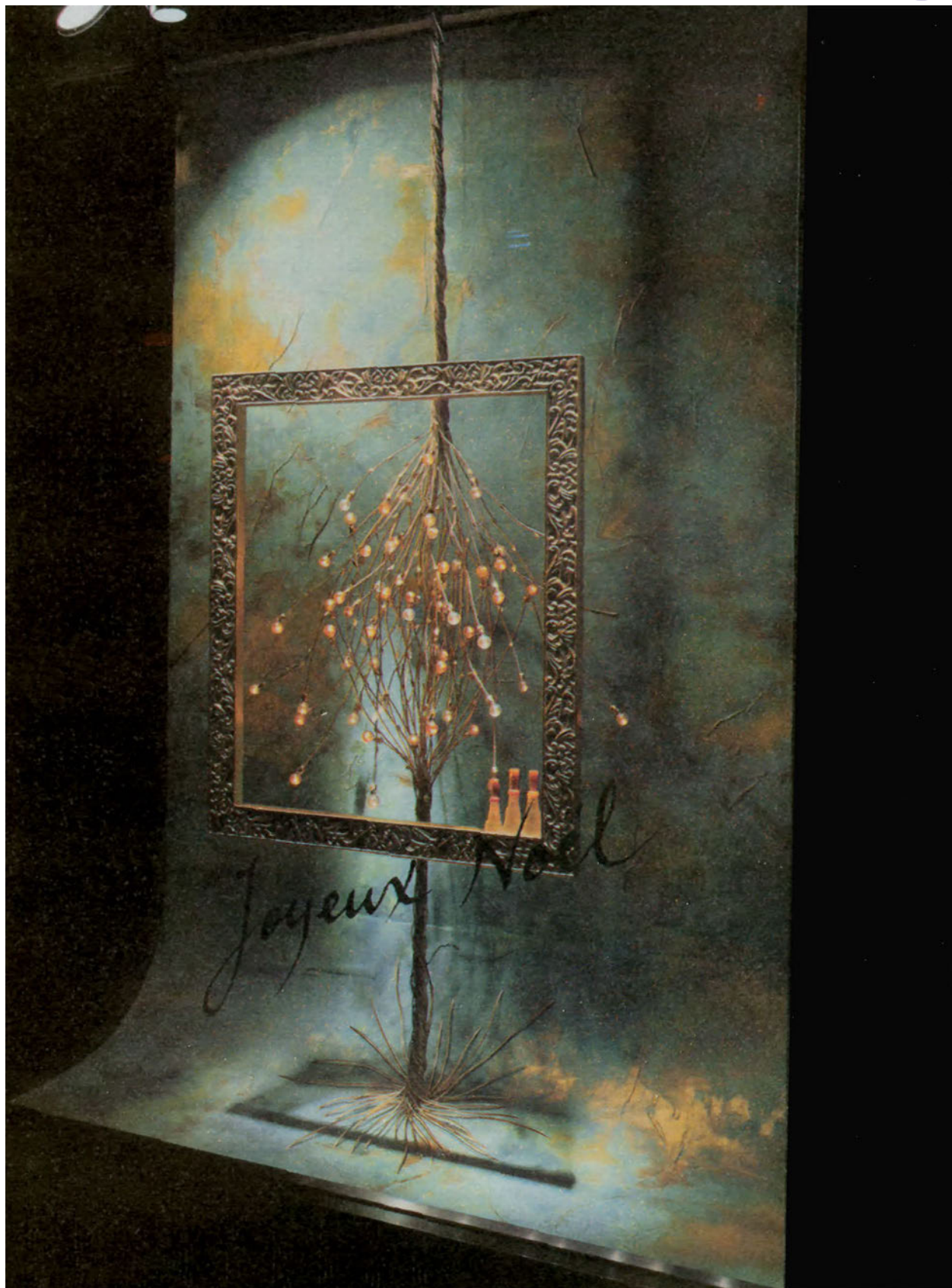
μπορούμε spot με λαμπτήρες μεγάλης έντασης ή οπτικές ίνες. Σε πολλές περιπτώσεις προσφέρεται η τοποθέτηση λαμπτήρων ενσωματωμένων στα στοιχεία που φιλοξενούν τα εκθέματα (κουτιά, ράφια ή άλλες κατασκευές). Στα σκίτσα της προηγούμενης σελίδας βλέπουμε παραδείγματα τοποθέτησης λαμπτήρων σε διάφορες θέσεις στη βιτρίνα (σχ. 12).

Πολλές φορές τα προϊόντα που εκτίθενται σε μια βιτρίνα είναι ευαίσθητα στη θερμοκρασία και στις διάφορες ακτινοβολίες (υπέρυθρη, υπεριώδη κτλ.) ή ακόμη και εύφλεκτα. Επίσης, μπορεί τα ίδια τα προϊόντα ή οι προϋποθέσεις για την παρουσίασή τους να απαιτούν υγρό περιβάλλον (π.χ. σε ενυδρεία, ανθοπωλεία κτλ.), γεγονός που μπορεί να επηρεάζει τη λειτουργία των λαμπτήρων ή να δημιουργεί κινδύνους. Ιδιαίτερη προσοχή χρειάζεται σε περιπτώσεις που παράγεται φως από τα ίδια τα προϊόντα που εκτίθενται ή που αποτελούν μέρος της διακοσμητικής πρότασης για τη βιτρίνα (π.χ. τηλεοράσεις ή οθόνες ηλεκτρονικών υπολογιστών). Γι' αυτό, όταν επιλέγουμε λαμπτήρες, θα πρέπει να προσέχουμε να καλύπτουν και τέτοιου είδους τεχνικές απαιτήσεις, δηλαδή να περιορίζουν ή να εκμηδενίζουν διάφορους κινδύνους, όπως είναι η ανάφλεξη, το βραχυκύκλωμα, η αλλοίωση προϊόντων κτλ.

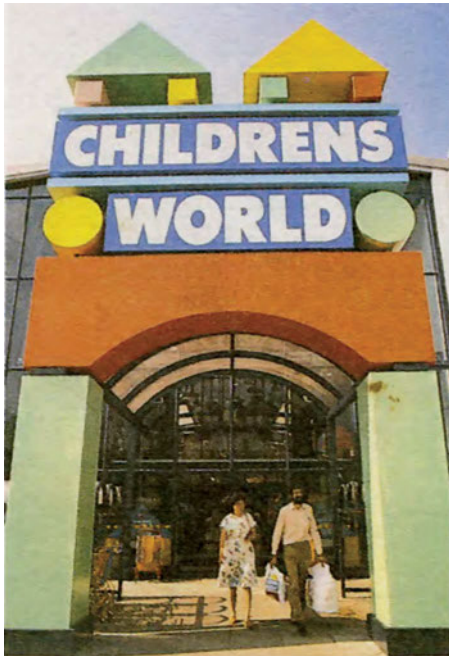
Ακόμη, στο χώρο της βιτρίνας πρέπει να προσέξουμε και κάποιες πλευρές που έχουν να κάνουν με την αισθητική και με την ευκολία χρήσης των εξαρτημάτων φωτισμού και των ανάλογων εγκαταστάσεων (καλωδιώσεις, ράγες, διακόπτες κτλ.). Δεν πρέπει, δηλαδή, να είναι αυτά ογκώδη και άσχημα, και πρέπει να είναι άνετη η πρόσβαση, ώστε να είναι εύκολη και γρήγορη η επισκευή ή η αντικατάσταση των στοιχείων τους.



6.94 Έντονος σημειακός φωτισμός τόσο στο προϊόν όσο και στα διακοσμητικά στοιχεία.



Β.95 Ο φωτισμός ως κυρίαρχο διακοσμητικό στοιχείο στη βιτρίνα.



β.96 Αμέσως μετά το πέρασμα της κεντρικής εισόδου (πάνω) υπάρχει δεύτερη είσοδος που θυμίζει κατασκευή σε παιδική χαρά (κάτω).



Β. 3 Η ΕΙΣΟΔΟΣ

Η είσοδος σηματοδοτεί τη μετάβαση από τον κοινόχρηστο εξωτερικό χώρο στον «ιδιωτικό» εσωτερικό χώρο της επιχείρησης. Είναι η περιοχή που διαχωρίζει και συγχρόνως ενοποιεί το μέσα και το έξω. Από το σχεδιασμό μπορεί να προκύψουν είσοδοι σε μορφές που να καλούν στο χώρο πολλούς ή λίγους, να προκαλούν ή και να αποτρέπουν την πρόσβαση στο εσωτερικό. Την παραπάνω διαφορά την καθορίζει η ίδια η επιχείρηση, και στόχος του διακοσμητή είναι να υλοποιήσει το ζητούμενο. Σε καταστήματα με πολυτελές και ακριβό εμπόρευμα συχνά επιλέγουμε ακριβά υλικά, που δίνουν την αίσθηση της βαριάς και όχι εύκολα προσπελάσιμης εισόδου. Σε ένα νεανικό κατάστημα επιλέγουμε πιο 'μοντέρνα' υλικά σε εντυπωσιακούς συνδυασμούς. Σε ένα κατάστημα παιδικών ειδών ταιριάζει καλύτερα ένας πρωτότυπος και διασκεδαστικός τρόπος εισόδου (εικ. β.96).

Β. 3.1 ΘΕΣΗ - ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ - ΕΡΓΟΝΟΜΙΑ

Η είσοδος σε έναν επαγγελματικό χώρο πρέπει να βρίσκεται σε τέτοια θέση, ώστε να γίνεται εύκολα η αναγνώρισή της από τους ενδιαφερόμενους και να είναι σε σωστή αναλογία με το μέγεθος και τα υπόλοιπα στοιχεία της πρόσοψης (εικ. β.97).

Η είσοδος μπορεί να είναι πάνω στην οικοδομική γραμμή, λίγο πιο έξω από αυτή, λίγο πιο μέσα ή πολύ πιο μέσα σε μεγάλη εσοχή. Όλες αυτές οι περιπτώσεις δίνουν διαφορετικές δυνατότητες στο σχεδιασμό της εισόδου. Στην περίπτωση που βρίσκεται πάνω στην οικοδομική γραμμή, τα στοιχεία της εισόδου συμβάλλουν όσο και τα άλλα στοιχεία της πρόσοψης στην τελική εικόνα. Στην περίπτωση που βρίσκεται σε εσοχή ο ρόλος της αποδυναμώνεται, ενώ, όταν βρίσκεται σε εξοχή, επικρατεί δυναμικά σε σχέση με τα άλλα στοιχεία της πρόσοψης.

Ανεξάρτητα από τη θέση της εισόδου σε σχέση με την οικοδομική γραμμή, μια άλλη διαφοροποίηση στην είσοδο είναι η υπερύψωσή της σε σχέση με τον εξωτερικό χώρο.

Η είσοδος σε επαγγελματικούς χώρους πρέπει να είναι άνετη και να προσφέρει εύκολη πρόσβαση σε όλους. Άτομα με ειδικές ανάγκες, μητέρες με καροτσάκια, μικρά παιδιά, ηλικιωμένοι είναι πρόσωπα των οποίων τις ανάγκες δεν πρέπει να αγνοήσουμε κατά το σχεδιασμό.

Όπου ο χώρος το επιτρέπει, μπορούμε να δημιουργήσουμε ανεμοφράκτη με δεύτερη πόρτα προς το βάθος του καταστήματος. Αυτό το σύστημα ενδείκνυται για καφενεία, μπαρ, εστιατόρια κ.ά. Σε μεγάλα καταστήματα, σε αντιπροσωπείες, και κυρίως στις τράπεζες, επιλέγουμε τις περιστρεφόμενες πόρτες τύπου βαρέλι, οι οποίες επίσης λειτουργούν και ως ανεμοφράκτες (εικ. β.98).

Ανεξάρτητα από το μέγεθος του καταστήματος, για την πόρτα της εισόδου πρέπει να τηρούνται οι ελάχιστες και οι μέγιστες διαστάσεις.

Έτσι, εργονομικά σωστές θεωρούνται οι πόρτες ύψους 2.10m έως 2.40m, όμως σε κάποιες περιπτώσεις φθάνουν και τα 3.00m. Το πλάτος τους εξαρτάται από τον τρόπο με τον οποίο ανοίγουν οι πόρτες. Το πλάτος της μονόφυλλης ανοιγόμενης κυμαίνεται μεταξύ 0.90m και 1.10m. Της διπλής ανοιγόμενης μεταξύ 1.60m και 2.20m, ενώ στις συρόμενες το πλάτος μπορεί να είναι μεγαλύτερο και στις περιπτώσεις μεγάλων καταστημάτων μπορεί να φθάνει και τα 3.00m. Οι περιστρεφόμενες χρειάζονται άνοιγμα το λιγότερο 2.00m.

Γενικά, το ύψος και το πλάτος πρέπει να ταιριάζουν με το χώρο και να εξυπηρετούν τις λειτουργικές ανάγκες του, που μπορεί να μην είναι μόνο η πρόσβαση του κοινού αλλά και ο εφοδιασμός του καταστήματος.

Ακόμα και στις περιπτώσεις που ο χώρος μάς το επιτρέπει, και επιθυμούμε να δώσουμε την εντύπωση μεγαλύτερης πόρτας, ποτέ δεν υπερβαίνουμε τις απαιτούμενες διαστάσεις. Εντύπωση μεγαλύτερου ανοίγματος μπορούμε να έχουμε, αν πλαισιώσουμε το χώρο γύρω από την πόρτα με σταθερά στοιχεία. Τα στοιχεία αυτά μπορεί να ακολουθούν τα μορφολογικά χαρακτηριστικά της πόρτας, ή να είναι διαφορετικά. Μεγαλύτερο ύψος μπορούμε να δείξουμε με ένα υπέρθυρο που να ταιριάζει με το ρυθμό της πόρτας μας.

Ακόμα, υπάρχουν κανόνες λειτουργίας που πρέπει να τηρούνται, ώστε να έχουμε σωστή και ασφαλή χρήση της εισόδου. Έτσι:

- Η πόρτα πρέπει να ανοίγει και προς τα έξω, για την αποφυγή ατυχήματος κατά την έξοδο του κοινού σε περίπτωση πανικού.
- Καλό είναι οι συρόμενες πόρτες να ανοίγουν αυτόματα.
- Οι πόρτες εισόδου και εξόδου, όταν είναι διαφορετικές, πρέπει να είναι άμεσα αναγνωρίσιμες.



β.97 Επισήμανση της θέσης της εισόδου σε ομοιόμορφη πρόσοψη με την έντονη παρουσία του στεγάστρου.



β.98 Περιστρεφόμενη πόρτα τύπου «βαρέλι» σε διαφανή πρόσοψη.

- Το πόμολο πρέπει να βρίσκεται στη σωστή θέση.

Για να υπάρξει ένα καλό αποτέλεσμα, όσον αφορά το σχεδιασμό της εισόδου, θα πρέπει να καλύπτονται εξίσου και οι αισθητικές και οι λειτουργικές ανάγκες της.

B. 3.2 ΥΛΙΚΑ



Στο σχεδιασμό μιας εισόδου, εκτός από τα γεωμετρικά χαρακτηριστικά, σημαντικό ρόλο παίζει η επιλογή των κατάλληλων υλικών. Μπορούμε να διαλέξουμε από μια μεγάλη ποικιλία φυσικών ή βιομηχανικών υλικών, τα οποία μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε μεμονωμένα ή συνδυάζοντάς τα μεταξύ τους (εικ. β.99).

Γυαλί

Το γυαλί, το συναντάμε στο εμπόριο σε διάφορες μορφές, όπως: διάφανο, χρωματιστό, σαγρέ, καθρέπτη, φουσητό κτλ.

Μπορούμε να το χρησιμοποιήσουμε ως αποκλειστικό υλικό σε όλη την έκταση της εισόδου ή σε συνδυασμό με άλλα υλικά. Υπάρχουν τεχνικές επεξεργασίας του που δίνουν ιδιαίτερα καλά αποτελέσματα, όπως η αμμοβολή και το βιτρό. Με την αμμοβολή δημιουργούμε περιοχές διαφάνειας ή ημιδιαφάνειας με απεριόριστες δυνατότητες στο σχεδιασμό τους από την απλή αναγραφή μιας επωνυ-

β.99 Εφαρμογή διάφορων υλικών σε πόρτες επαγγελματικών χώρων.



μίας έως τη δημιουργία μιας ολόκληρης παράστασης. Με το βιτρό δημιουργούμε επίσης συνθέσεις, που υπάγονται όμως σε περιορισμούς που η ίδια η τεχνική του βιτρό επιβάλλει.

Μέταλλο

Τα μέταλλα που προσφέρονται για διακοσμητικές εφαρμογές συνήθως είναι τα: αλουμίνιο, νικέλιο, τιτάνιο, χαλκός, μπρούντζος και ατσάλι.

Τα μέταλλα αυτά τα συναντάμε σε ράβδους, σε πλέγματα και σε φύλλα συμπαγή, λεία, χτυπητά και διάτρητα.

Το μέταλλο μπορεί να επεξεργαστεί, ώστε:

- να μείνει στο φυσικό του χρώμα,
- να έχει περισσότερη ή λιγότερη στιλπνότητα,
- να βαφτεί με ειδικά χρώματα,
- να οξειδωθεί και να δώσει ενδιαφέρουσες ματιέρες,
- να τρυπηθεί,
- να χαραχθεί ή να εξογκωθεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να προκύψει ένα συγκεκριμένο σχέδιο ή ένα επαναλαμβανόμενο μοτίβο.

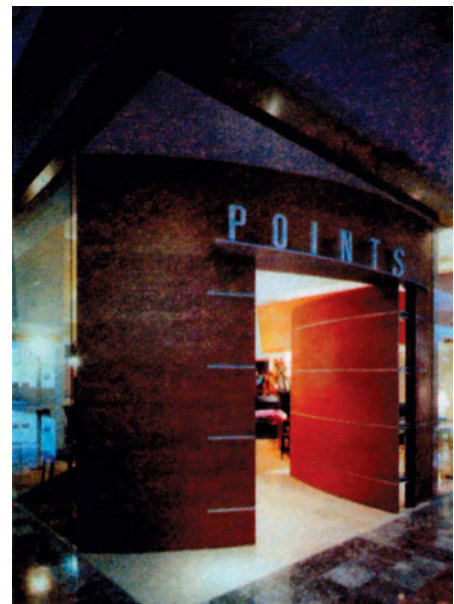
Η πιο συνηθισμένη εφαρμογή του είναι να χρησιμοποιείται για πλαίσιο στις γυάλινες πόρτες, αλλά έχει μεγαλύτερο ενδιαφέρον η εφαρμογή του σε πιο μεγάλες επιφάνειες και σε διάφορες θέσεις στο χώρο της εισόδου. Μια μεταλλική επιφάνεια μπορεί να έχει λιτή ή περίτεχνη γραμμή, λεία και στιλπνή ή άγρια και ακατέργαστη μορφή. Ένας άλλος τρόπος είναι να εκμεταλλευτούμε τις κολλήσεις και να αφήσουμε να είναι εμφανής ο τρόπος με τον οποίο αυτές γίνονται ή να χρησιμοποιήσουμε τις βίδες συναρμολόγησης διακοσμητικά, δημιουργώντας την εντύπωση μιας επιτηδευμένης προχειρότητας.

Ενδιαφέρουσες μορφές μπορούν να προκύψουν από συνδυασμούς μετάλλων μεταξύ τους ή μετάλλων με άλλα υλικά.

Ξύλο

Δύο χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν το είδος του ξύλου είναι το φυσικό του χρώμα και τα «νερά» του.

Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε εξ ολοκλήρου ένα είδος ξύλου ή να συνδυάσουμε διαφορετικά είδη ξύλου ή ξύλο με άλλα υλικά (εικ. β.100). Μπορούμε να διαμορφώσουμε πόρτες και άλλες επιφάνειες, λιτές ή με κάποιο ιδιαίτερο



β.100 Συνολική διαμόρφωση της πόρτας και του χώρου που την πλαισιώνει, με ξύλο και ένθετα μεταλλικά γραμμικά στοιχεία.



β.101 Η στιλιζαρισμένη φυτική μορφή στο πόμολο σχετίζεται με το είδος της επιχείρησης.



β.102 Το πόμολο σε μορφή κάλτσας δηλώνει το είδος του εμπορεύματος που πωλείται στο κατάστημα.



β.103 Οι καμπύλες γραμμές στο πόμολο το διαφοροποιούν από τα υπόλοιπα ευθύγραμμα στοιχεία της πρόσοψης και κάνουν περισσότερο διακριτή τη θέση της εισόδου.

σχεδιασμό, όπως είναι οι ταμπλάδες, οι γραμμικές χαράξεις ή τα περίτεχνα σκαλίσματα. Σε κάθε περίπτωση μπορούμε να έχουμε επιφάνεια λεία και γυαλιστερή ή ματ. Μπορούμε, ακόμα, να κρατήσουμε το φυσικό χρώμα του ξύλου χρησιμοποιώντας μόνο βερνίκι, αλλά και να το βάψουμε με χρώμα -τεχνικές λάκα, πατίνα κτλ.

Όπως προαναφέραμε, τα υλικά και το στυλ της πόρτας πρέπει να εντάσσονται αρμονικά στην πρόσοψη, δημιουργώντας συγγένειες ή αντιθέσεις με τα υπόλοιπα στοιχεία της.

Β. 3.3 ΠΟΜΟΛΟ

Το πόμολο αποτελεί μέρος του σχεδιασμού της πόρτας, και επομένως, τα υλικά, το μέγεθος, το χρώμα και γενικά η μορφή του εντάσσονται στη μορφή της πόρτας. Είναι ένα σχετικά μικρό στοιχείο της πρόσοψης, αλλά πολύ σημαντικό, διότι είναι το μόνο με το οποίο έρχεται σε απτική επαφή ο επισκέπτης του χώρου. Η λειτουργία του επιβάλλει περιορισμούς στη θέση και στη μορφή του. Έτσι, η εργονομία μας ορίζει ότι :

- το σημείο λαβής πρέπει να βρίσκεται στην απέναντι πλευρά από τον άξονα περιστροφής της πόρτας,
- η θέση του πρέπει να απέχει περίπου ένα μέτρο από το δάπεδο.

Στοιχεία επίσης που πρέπει να προσέξουμε είναι:

- ο τρόπος λαβής του,
- η εμφανής θέση του,
- η αίσθηση του υλικού του στο χέρι μας,
- η σταθερή στήριξη,
- το φινίρισμα των επιφανειών και η αποφυγή αιχμών και γωνιών.

Οι μορφές που μπορεί να έχει ένα πόμολο είναι γεωμετρικά σχήματα ή τμήματά τους, γραμμές ευθείες, καμπύλες ή τεθλασμένες, περισσότερο ή λιγότερο στιλιζαρισμένες φυτικές ή ζωικές μορφές, σύμβολα που παραπέμπουν στο είδος της επιχείρησης, ακόμα και το ίδιο το σήμα ή το λογότυπό της (εικ. β.101-β.102-β.103).

Τα υλικά του μπορεί να είναι ίδια ή διαφορετικά από αυτά της πόρτας.

Β. 4 Η ΕΠΙΓΡΑΦΗ

Τα στοιχεία που καθορίζουν τη μορφή της επιγραφής και το ρόλο της στην πρόσοψη είναι: το περιεχόμενο, το μέγεθος, η θέση, τα υλικά, το χρώμα, η τεχνοτροπία και ο φωτισμός της.

Β. 4.1 ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Η επιγραφή μπορεί να φέρει μόνο το λογότυπο ή το σήμα, ή και άλλα διακοσμητικά στοιχεία.

Ο λογότυπος ή το λογότυπο, όπως έχει επικρατήσει, σημαίνει περίπου "λέξη - εικόνα" και είναι μια σταθερή και ειδικά σχεδιασμένη τυπογραφική φόρμα του ονόματος ενός προϊόντος, μιας εταιρείας ή και ενός καταστήματος. Το σήμα, αντίστοιχα, μπορεί να είναι μια εικόνα, ένα σύμβολο, ένα ή περισσότερα γεωμετρικά σχήματα συνδεδεμένα μεταξύ τους, ένα ή όλα τα αρχιγράμματα της επωνυμίας σχεδιασμένα με κάποιο ιδιαίτερο τρόπο, ή ο συνδυασμός αυτών των στοιχείων.

Ο σχεδιασμός του λογότυπου και του σήματος είναι αρμοδιότητα του γραφίστα τον οποίο οφείλουμε να σεβαστούμε, εφαρμόζοντας τα σχέδιά του χωρίς αλλοιώσεις (εικ. β.104).

Τα διακοσμητικά στοιχεία

μπορεί:

- να είναι στο ίδιο ή σε άλλο επίπεδο,
- να σχετίζονται ή όχι με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του καταστήματος.

Σε κάθε περίπτωση, όμως, το ύψος τους πρέπει να ακολουθεί το γενικότερο ύψος του χώρου.



β.104 Επιγραφή που διαμορφώνεται μόνο με το σήμα και το λογότυπο, χωρίς άλλα διακοσμητικά στοιχεία, απευθείας στο επίπεδο της πρόσοψης.

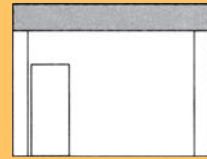
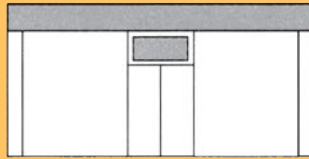
B. 4.2 ΜΕΓΕΘΟΣ

Το μέγεθος της επιγραφής εξαρτάται από την επιφάνεια της πρόσοψης και από τη θέση της σ' αυτή (σχ. 13).

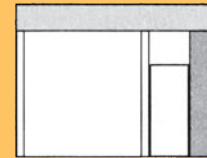
Ένας άλλος παράγοντας που καθορίζει το μέγεθός της είναι η απόσταση παρατήρησής της. Κάποιες φορές μια μικρότερη επιγραφή είναι περισσότερο αναγνώσιμη από μια μεγαλύτερη, εάν οι πιθανές θέσεις παρατήρησής της βρίσκονται σε μικρές αποστάσεις.

ΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΟΓΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΓΡΑΦΗΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΟΨΗ

1. Μεγάλες επιγραφές που διατρέχουν όλο το φάρδος της πρόσοψης



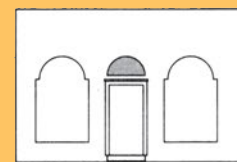
2. Επιγραφές τοποθετημένες κατακόρυφα δίπλα στην είσοδο του καταστήματος



3. Επαναλαμβανόμενες επιγραφές που ακολουθούν το ρυθμό της επανάληψης των βιτρινών



4. Διακριτική επιγραφή στη θέση του υπέρθυρου σε παραδοσιακή πρόσοψη



B. 4.3 ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΓΡΑΦΗΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ

Οι επιγραφές μπορούν να χωριστούν στις εξής δύο μεγάλες κατηγορίες:

- α. σ' αυτές που στηρίζονται σε στοιχεία του κτιρίου ή αποτελούν συνέχειά του,
- β. σ' αυτές που είναι ελεύθερες στο χώρο με ανεξάρτητη στήριξη.

B. 4.3.1 ΕΠΙΓΡΑΦΕΣ ΜΕ ΣΤΗΡΙΞΗ ΣΤΟ ΚΤΙΡΙΟ

Σ' αυτές τις περιπτώσεις οι επιγραφές μπορούν να έχουν τις εξής θέσεις:

Σε επίπεδο παράλληλο με το επίπεδο της πρόσοψης

Συνήθως βρίσκονται στο πάνω τμήμα της πρόσοψης και συχνά πάνω από την είσοδο. Κάποιες φορές τις συναντάμε επίσης στο πλάι της εισόδου ή και στα πλαϊνά όρια της πρόσοψης (εικ. β.105).



β.105 Η επιγραφή διαμορφώνει ένα επίπεδο παράλληλο με το επίπεδο της πρόσοψης.

Σε εσοχή

Αυτές είναι οι πιο διακριτικές επιγραφές. Τοποθετούνται σε εσοχή διαμορφωμένη σε οποιαδήποτε περιοχή της πρόσοψης.

Σε προεξοχή

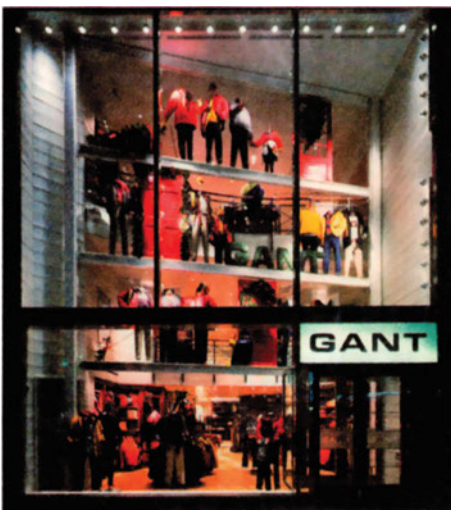
Το σχήμα της προεξοχής μπορεί να είναι καμπύλο, τριγωνικό ή πολυγωνικό. Οι επιγραφές αυτές έχουν το πλεονέκτημα να εξασφαλίζουν περισσότερες επιφάνειες αναγραφής ορατές από κάθε θέση (εικ. β.106).



β.106 Πολυεπίπεδη επιγραφή με δύο επιφάνειες αναγραφής του λογότυπου.



β.107 Μικρές επιγραφές, παραδοσιακής μορφής, αναρτημένες κάθετα στον τοίχο της πρόσοψης.



β.109 Η φωτεινή επιγραφή σηματοδοτεί τη θέση της εισόδου.

Σε επίπεδο κάθετο με το επίπεδο της πρόσοψης

Είναι επιγραφές διπλής όψης. Μπορεί να είναι στερεωμένες στον τοίχο της πρόσοψης ή αναρτημένες από κάποιο οριζόντιο στοιχείο (εικ. β.107).

Επιγραφές με όγκο

Τοποθετούνται με ανάρτηση σε κάποιο σημείο του κτιρίου. Πρόκειται για γεωμετρικά στερεά ή για αναπαράσταση του σήματος ή για κατασκευές που μιμούνται πραγματικά αντικείμενα, συνήθως σε μη φυσικές διαστάσεις (εικ. β.108).

Όταν η επιγραφή τοποθετείται πάνω από την είσοδο, με οποιοδήποτε από τους παραπάνω τρόπους, κάνει ακόμα πιο διακριτή τη θέση της εισόδου και εμπλουτίζει με ένα ακόμα στοιχείο τη μορφολογία της (εικ. β.109).

Σε αρκετές περιπτώσεις οι επιγραφές, οι πληροφορίες και οι οδηγίες είναι έξυπνα ενσωματωμένες σε κιγκλιδώματα, πόμολλα, φωτιστικά σώματα, στέγαστρα, κατώφλια και, γενικά, αρχιτεκτονικές λεπτομέρειες.



β.108 Η λέξη της επιγραφής υλοποιείται από το τρισδιάστατο διακοσμητικό στοιχείο που τη συνοδεύει.



β.110 Επιδαπέδιες επιγραφές με ποικιλία μορφών και υλικών.

Β. 4.3.2 ΕΠΙΓΡΑΦΕΣ ΜΕ ΣΤΗΡΙΞΗ ΣΤΟ ΔΑΠΕΔΟ

Αυτές τοποθετούνται σε κάποιο σημείο κοντά στο κατάστημα, και ο ρόλος τους είναι η σηματοδότηση του καταστήματος από μεγάλη απόσταση. Μπορεί να είναι μια απλή κατασκευή της οποίας σκοπός είναι να προβάλλει την επιγραφή, μπορεί, ακόμα, ο τρόπος στήριξης και τα υλικά της, συμπεριλαμβανομένης και της επιγραφής, να αποτελούν ένα πρωτότυπο και ενδιαφέρον στοιχείο για όλη την περιοχή (εικ. β.110).

Β. 4.4 ΥΛΙΚΑ

Οι επιγραφές μπορεί να αποτελούνται από γράμματα ανεξάρτητα, που τοποθετούνται κατευθείαν στην επιφάνεια της πρόσοψης, ή είναι τοποθετημένα σε μια άλλη επιφάνεια (εικ. β.111).

Η επιφάνεια αυτή μπορεί να είναι οποιοδήποτε φυσικό ή βιομηχανικό υλικό, όπως μάρμαρο, γρανίτης, πέτρα, ξύλο, μέταλλο, πλαστικό, γυαλί, ύφασμα κτλ. Τα γράμματα μπορεί να είναι χαραγμένα, ανάγλυφα, διάτρητα ή τυπωμένα, οπότε δίνουν μια σχετικά επίπεδη επιφάνεια (εικ. β.112-β.113).

Όταν είναι ανεξάρτητα διαμορφωμένα, τοποθετούνται με διάφορους τρόπους είτε στην επιφάνεια της πρόσοψης είτε στη δική τους επιφάνεια, όπως προαναφέραμε. Τα ανεξάρτητα αυτά στοιχεία μπορεί να είναι από μάρμαρο, ξύλο, μέταλλο, πλαστικό ή νέον.



β. 111 Ανεξάρτητα γράμματα, τοποθετημένα σε επίπεδο παράλληλο με αυτό της πρόσοψης.



β. 112 Σκαλιστή ξύλινη επιγραφή.



β.113 Επαναλαμβανόμενες υφασμάτινες επιγραφές, αναρτημένες κάθετα στο επίπεδο της πρόσοψης.

B. 4.5 ΧΡΩΜΑ

Για την εφαρμογή του χρώματος στις επιγραφές έχουμε ένα μεγάλο φάσμα επιλογών, όμως, πρέπει να λάβουμε υπόψη μας κάποιους περιορισμούς που προέρχονται από το λογότυπο, τους κανόνες αναγνωσιμότητας και το υλικό που έχουμε επιλέξει.

Το λογότυπο μας περιορίζει, διότι τα χρώματά του είναι δεδομένα και δεν μπορούμε να επέμβουμε σ' αυτά.

Οι κανόνες αναγνωσιμότητας επιβάλλουν τη χρωματική ή τονική διαφοροποίηση των γραμμάτων από το φόντο τους. Η τονική διαφοροποίηση μπορεί να επιτευχθεί είτε με την επιλογή πιο σκούρων ή πιο ανοικτών γραμμάτων είτε με τις σκιάσεις που δημιουργούνται από το ανάγλυφό τους.

Το υλικό μάς επιβάλλει περιορισμούς, μόνο όταν το έχουμε επιλέξει για τα φυσικά του χαρακτηριστικά. Έτσι, το μάρμαρο, το ξύλο και το μέταλλο στη φυσική τους μορφή αποδίδουν συγκεκριμένα χρωματικά αποτελέσματα.

B. 4.6 Η ΤΕΧΝΟΤΡΟΠΙΑ

Η τεχνοτροπία της επιγραφής καθορίζεται από:

- τα μορφολογικά στοιχεία της πρόσοψης,
- το ύφος της επιχείρησης,
- την περιοχή στην οποία βρίσκεται το κατάστημα, όταν αυτή υπόκειται σε αρχιτεκτονικό έλεγχο. Παραδείγματος χάρη, υπάρχουν περιοχές όπου απαγορεύεται η χρήση φωτεινών επιγραφών.

Έτσι, μπορούμε να έχουμε επιγραφές παραδοσιακές ή μοντέρνες ή επιγραφές με κλασικά στοιχεία (εικ. β.114 - β.115). Ακόμα, έχουμε επιγραφές λιτές ή περίτεχνες, σοβαρές, ανάλαφρες ή χιουμοριστικές. Οι επιγραφές μπορεί να είναι τυποποιημένες, αλλά πιο συχνά είναι διαμορφωμένες με μοναδικό η καθεμιά τρόπο.



β.114 Οι γραμμικές χαραξίς στο πλαίσιο της πρόσοψης εφαρμόζονται και στην επιγραφή, διαμορφώνοντας έτσι τα γράμματα στο όνομα του καταστήματος.

B. 4.7 ΤΡΟΠΟΣ ΦΩΤΙΣΜΟΥ

Ανάλογα με τον τρόπο με τον οποίο φωτίζονται έχουμε δύο είδη επιγραφών, τις αυτόφωτες και τις ετερόφωτες.

Αυτόφωτες είναι αυτές των οποίων το φωτιστικό σώμα είναι ενσωματωμένο στην κατασκευή τους ή το ίδιο το υλικό παράγει φως, όπως, για παράδειγμα, οι επιγραφές με νέον.

Στις επιγραφές που δε φέρουν στην κατασκευή τους κανενός είδους φωτεινή πηγή, ο φωτισμός καλύπτεται με ιδιαίτερα φωτιστικά σώματα. Ο όγκος και η μορφή τους πρέπει να λαμβάνονται υπόψη εξαρχής, ώστε να μη δημιουργούν παραφωνία στην τελική εικόνα (εικ. β.116).

Σε άλλη περίπτωση ο φωτισμός τους καλύπτεται από το γενικό φωτισμό της πρόσοψης.



β.115 Παραδοσιακή ξύλινη ζωγραφισμένη επιγραφή.



β.116 Ετερόφωτη επιγραφή, στην οποία τα φωτιστικά σώματα καθορίζουν τη διαμόρφωση της εικόνας.



β.117 Σταθερή κατασκευή σε στέγαστρο το οποίο κατασκευάστηκε ταυτόχρονα με το κτίριο.



β.118 Στέγαστρα από ελαφρά υλικά, τοποθετημένα στην πρόσοψη εκ των υστέρων. Προστατεύουν μεγάλο τμήμα της πρόσοψης και κυρίως την είσοδο.

Β. 5 ΤΑ ΣΤΕΓΑΣΤΡΑ

Τα κάθε είδους στέγαστρα υπάρχουν σχεδόν πάντα στις προσόψεις των καταστημάτων και καλύπτουν τις παρακάτω ανάγκες:

- Την προστασία των εμπορευμάτων από τις ακτίνες του ήλιου,
- Την προστασία της εισόδου από τη βροχή,
- Την προστασία των παρατηρητών από κακές καιρικές συνθήκες,
- Την αποφυγή αντανάκλασεων, ώστε να πετυχαίνουμε καλύτερη παρατήρηση της βιτρίνας,
- Τη δυνατότητα αναγραφής της επιγραφής.

Ένας άλλος λόγος για την ύπαρξη στεγάστρου, που δεν καλύπτει λειτουργικές ανάγκες, είναι ότι υποβάλλει την αίσθηση ότι βρίσκεται κανείς ήδη σε χώρο που ανήκει στο κατάστημα. Αυτή η αίσθηση λειτουργεί ακόμα πιο έντονα,





β.119 Κινητό στέγαστρο που προσφέρει επιφάνεια αναγραφής του λογότυπου και δυνατότητα αυξομείωσης του φωτός.

όταν, εκτός από τα στέγαστρα, υπάρχει και διαφοροποίηση στην επένδυση του πεζοδρομίου.

Τα στέγαστρα μπορεί να έχουν ή σταθερά στοιχεία, ή κινητά ή και τα δύο.

1. Τα στέγαστρα με σταθερά στοιχεία τοποθετούνται συνήθως στις εξής περιπτώσεις:

- Όταν το επιτρέπει η αρχιτεκτονική του κτιρίου και η οικονομική δυνατότητα για μια σταθερή κατασκευή, οπότε συμπεριλαμβάνονται στη μελέτη της πρόσοψης από την αρχή (εικ. β.117).
- Όταν δεν υπάρχει, από την κατασκευή του κτιρίου, κανένα είδος οριζόντιας επιφάνειας που να προεξέχει πάνω από την πρόσοψη, οπότε επιβάλλεται μια τέτοια κατασκευή (εικ. β.118).

2. Στέγαστρα με κινητά στοιχεία τοποθετούνται:

- Όταν θέλουμε γρήγορη και φθηνή λύση. Σ' αυτές τις περιπτώσεις μια απλή τέντα είναι η προσφορότερη λύση για την κάλυψη αυτών των αναγκών.
- Όταν θέλουμε να έχουμε δυνατότητα αυξομείωσης της σκίασης (εικ. β.119).



β. 120 Διακριτικό στέγαστρο ιδιαίτερου ύφους, πάνω από μικρή θηρίνα.

3. Στέγαστρα με συνδυασμό σταθερών και κινητών στοιχείων έχουμε:

- Όταν τα στέγαστρα που παρέχονται από το κτίριο δεν επαρκούν, και υπάρχει ανάγκη προέκτασης με κινητά στοιχεία.
- Όταν υπάρχει ένας σταθερός σκελετός με μικρά ή μεγάλα κενά, πάνω στον οποίο τοποθετούνται ελαφρά υλικά, τα οποία μπορούμε να μαζέψουμε με διάφορους τρόπους.

B. 5.1 ΜΟΡΦΗ

Και στις τρεις παραπάνω περιπτώσεις το στέγαστρο μπορεί να καλύπτει όλο το μήκος της πρόσοψης ή να αποτελείται από μικρότερα επαναλαμβανόμενα στοιχεία. Όταν δεν είναι ενιαίο, μπορεί να διαφοροποιείται στο τμήμα πάνω από την είσοδο.

Ανάλογα με την αρχιτεκτονική του κτιρίου και με το ύφος που θέλουμε να διαμορφώσουμε, χρησιμοποιούμε στέγαστρα διάφορων μορφών, μοντέρνα, παραδοσιακά ή κλασικής γραμμής. Μπορούν να εμπλουτίζουν την πρόσοψη με τον πρωτότυπο σχεδιασμό τους ή να συνυπάρχουν διακριτικά και αρμονικά με τα υπόλοιπα στοιχεία της, εξυπηρετώντας μόνο λειτουργικούς σκοπούς (εικ. β.120).

B. 5.2 ΥΛΙΚΑ

Στα στέγαστρα χρησιμοποιούμε διάφορα υλικά για την κατασκευή του σκελετού και την επικάλυψη ή την πλήρωσή του.

Για την κατασκευή του σκελετού συνήθως χρησιμοποιούμε μπετόν, μέταλλο ή ξύλο.

Για την επικάλυψη ή την πλήρωση χρησιμοποιούμε ξύλο, μέταλλο, κεραμίδι, πολυκαρβονικά φύλλα, ψάθα, ύφασμα ή άλλα ελαφρά υλικά (εικ. β.121).



β. 121 Σταθερό στέγαστρο με κλασικής γραμμής μεταλλικά στοιχεία και επικάλυψη από πολυκαρβονικά φύλλα.

B. 6 ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

Οι επαγγελματικοί χώροι έχουν ανάγκη προστασίας από τις ηλιακές ακτίνες, από τυχόν κλοπές, αλλά και από κάθε είδους φθορές ή καταστροφές.

Η ανάγκη της προστασίας από τον ήλιο καλύπτεται με:

- τα στέγαστρα, τα οποία ήδη έχουμε αναφέρει,
- την τοποθέτηση διάφορων ειδών περσίδων στην εσωτερική πλευρά του υαλοπίνακα,
- την επικάλυψή του με ειδικές μεμβράνες. (Παρόμοιες μεμβράνες χρησιμοποιούνται και για να αποτρέψουν την κατάρρευση του υαλοπίνακα σε περίπτωση σπασίματος).

Για προστασία από κλοπές χρησιμοποιούμε διάφορων τύπων μεταλλικά ρολά.

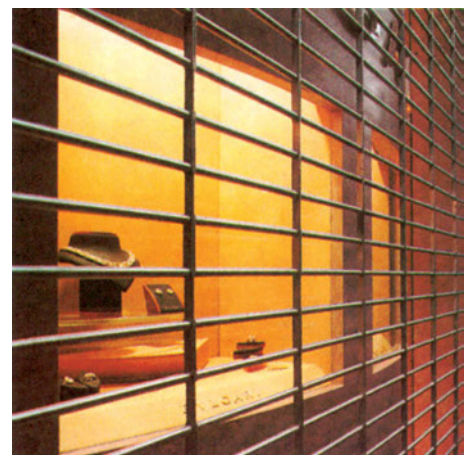
Τα ρολά από μεταλλικά πλέγματα κινούνται σε κατακόρυφους οδηγούς και τυλίγονται στο επάνω μέρος σε ρολό. Η μορφή του πλέγματος διαμορφώνει εξάγωνα, παραλληλόγραμμα ή άλλου σχήματος κενά σε διάφορα μεγέθη (εικ. β.122-β.123).

Τα ρολά από διάτρητη λαμαρίνα έχουν ίδιο τρόπο κίνησης με τα παραπάνω, αλλά έχουν μικρές τρύπες και έτσι θεωρούνται κατάλληλα να ασφαλίζουν πολύτιμα εμπορεύματα. Συγχρόνως, και παρ' όλη την πυκνότητα του υλικού, προσφέρουν άνετη παρατήρηση της βιτρίνας και ενδιαφέρουσα όψη, ιδιαίτερα τη νύχτα, με τον εσωτερικό φωτισμό του καταστήματος και της βιτρίνας (εικ. β.124).



β.122 Η πιο συνηθισμένη μορφή ρολού από μεταλλικό πλέγμα, που διαμορφώνει μεγάλα εξαγωνικά κενά.

β.123 Μεταλλικό πλέγμα από συμπαγείς βέργες σε ορθογώνιο κέννα. Φωτογραφία όλης της πρόσοψης του καταστήματος και λεπτομέρεια στο σημείο της βιτρίνας.





β.124 Ρολά από διάτρητη λαμαρίνα με μεγάλα κενά για την άνετη παρατήρηση της βιτρίνας.

Τα συρόμενα στο πλάι, πτυσσόμενα οριζοντίως ή ανοιγόμενα κάγκελα. Σε αντίθεση με τα προηγούμενα, που είναι τυποποιημένα βιομηχανικά προϊόντα, αυτά έχουν το πλεονέκτημα ότι, επειδή προκύπτουν από δικό μας σχεδιασμό, μπορούν να ταιριάζουν με τα υπόλοιπα στοιχεία της πρόσοψης (εικ. β.125).

β.125 Ανοιγόμενα προστατευτικά κάγκελα, ιδιαίτερου σχεδιασμού, τα οποία λειτουργούν και ως διακοσμητικά στοιχεία των προσόψεων.



Β. 7 ΤΑ ΥΛΙΚΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Για τη διαμόρφωση της όψης των καταστημάτων κάποιες φορές επιλέγουμε να διατηρήσουμε τα υλικά που υπήρχαν από την κατασκευή του κτιρίου, όπως εμφανές μπετόν, ορθομαρμαρώσεις, εμφανή τουβλάκια κτλ., τις περισσότερες φορές όμως επεμβαίνουμε με υλικά της επιλογής μας.

Β. 7.1 ΣΟΒΑΣ ΜΕ ΒΑΦΕΣ ΑΠΛΕΣ Ή ΜΕ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ

Αν επιλέξουμε για υλικό επικάλυψης κάποιο επίχρισμα (σοβά), έχουμε τις παρακάτω επιλογές:

- το διακοσμητικό σοβά, που αποδίδει ενδιαφέρουσες επιφάνειες, επίπεδες ή ανάγλυφες.
- το χρωματιστό σοβά, που κατά την εφαρμογή του αποδίδει διάφορες ματιέρες φυσικών υλικών ή παλαιωμένης επιφάνειας.
- τον κοινό σοβά, που χρωματίζεται με βαφές ειδικές για εξωτερικούς χώρους (εικ. β.126). Ακόμα, προσφέρεται για ζωγραφικές επεμβάσεις διάφορων τεχνικών, όπως είναι η νωπογραφία ή το graffiti. Μπορεί να έχουμε αφηρημένες απεικονίσεις ή ρεαλιστικές παραστάσεις. Η τοιχογραφία μπορεί να διατηρεί τον επίπεδο χαρακτήρα του τοίχου ή να δημιουργεί την ψευδαίσθηση της τρίτης διάστασης με την προοπτική απεικόνιση μιας παράστασης, δηλαδή με τεχνική trompe l'oeil (=οφθαλμαπάτη).



β.126 Κοινός σοβάς καλύπτει τους τοίχους του καταστήματος.



β.127 Επένδυση πρόσοψης με συμπαγή τούβλα σε εφαρμογή αναπαλαίωσης.

Β. 7.2 ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΟ ΤΟΥΒΛΟ

Υπάρχουν τούβλα διαφορετικών τύπων, και η επένδυση με αυτά μπορεί να δημιουργήσει διαφορετικές εντυπώσεις. Μπορούμε να πετύχουμε επιμελημένες επιφάνειες ή επιφάνειες που δίνουν την αίσθηση της παλαιότητας ή της προχειρότητας. Μπορούμε να αποδώσουμε την εικόνα του παραδοσιακού ή του σύγχρονου, του μισογκρεμισμένου ή του υπό κατασκευή τοίχου (εικ. β.127-β.128).



β.128 Επένδυση τμήματος της πρόσοψης με διακοσμητικά τούβλα τα οποία χρησιμοποιούνται και για την κατασκευή των παρτεριών.

Β. 7.3 ΞΥΛΟ

Όπως το τούβλο, έτσι και το ξύλο είναι υλικό φυσικό και ζεστό. Ο τρόπος με τον οποίο θα το μεταχειριστούμε μπορεί να δώσει πολλά και διαφορετικά αποτελέσματα, π.χ. την αίσθηση του πολυτελούς, του παραδοσιακού, του μοντέρνου ή του ατημέλητου. Το μεγαλύτερο μέρος της επεξεργασίας του γίνεται σε εργαστήριο και αυτό του δίνει πολλές δυνατότητες. Συνδυάζεται εύκολα με ποικιλία υλικών, όπως είναι το μέταλλο, η πέτρα, το γυαλί κτλ. (εικ. β.129-β.130).



β.129 Το παράξενο ξύλινο γλυπτό καλύπτει ολόκληρη την πρόσοψη και δίνει παραμυθένια εικόνα στο κατάστημα παιχνιδιών.

β.130 Εξ ολοκλήρου ξύλινη πρόσοψη με ανάγλυφα, κλασικά, γραμμικά στοιχεία.



B. 7.4 ΜΕΤΑΛΛΟ



β.131 Φύλλα οξειδωμένου χαλκού καλύπτουν το χώρο εισόδου σε εστιατόριο.

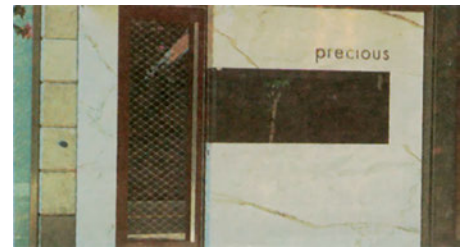
Υπάρχουν πολλά είδη και διάφορες μορφές μετάλλου και πολλά είδη επεξεργασίας που εφαρμόζονται ανάλογα με την επιφάνεια και το υλικό της. Φύλλα και πλέγματα χαλκού, τιτανίου και μπρούντζου, αλλά και βέργες και διακοσμητικά στοιχεία αυτών των υλικών, προσφέρονται για κάθε είδους πρόσοψη. Κατά κανόνα, επενδύουμε με μεταλλικά φύλλα προσόψεις με μοντέρνο, δυναμικό ύφος, ενώ μικρά μεταλλικά στοιχεία, ένθετα σε άλλα υλικά, χρησιμοποιούνται σε προσόψεις παραδοσιακού ύφους (εικ. β.131-β.132).



β.132 Η απουσία διακοσμητικών στοιχείων στην καμπύλη μεταλλική επιφάνεια δίνει δυναμικό και λιτό ύφος στην πρόσοψη.

Β. 7.5 ΦΥΣΙΚΕΣ ΠΕΤΡΕΣ: ΜΑΡΜΑΡΟ, ΓΡΑΝΙΤΗΣ, ΣΧΙΣΤΟΛΙΘΟΣ, ΠΩΡΟΛΙΘΟΣ

Οι επενδύσεις με μάρμαρα και γρανίτες δίνουν ένα ύφος βαρύ ή και μεγαλοπρεπές (εικ. β.133-β.134-β.135). Πιο ήπια εικόνα προσφέρει η επένδυση με πέτρα και ταιριάζει περισσότερο σε χώρους με παραδοσιακό ύφος. Σε όλες τις περιπτώσεις ο τρόπος της επεξεργασίας, της κοπής και της τοποθέτησης της πέτρας αποτελούν τα στοιχεία που καθορίζουν το επιθυμητό αποτέλεσμα (εικ. β.136).



β.133 Το λευκό μάρμαρο κυριαρχεί, με την έκτασή του, στην πρόσοψη του καταστήματος.



β.134 Η συνολική επικάλυψη της πρόσοψης με γρανιτένιες πλάκες της δίνει ύφος λιτό αλλά επιβλητικό.

β.135 Η εξ ολοκλήρου κάλυψη των τυφλών σημείων της μικρής πρόσοψης με λευκό μάρμαρο κάνει ακόμη πιο έντονη την αντίθεση των μικρών ανοιγμάτων.



β.136 Η επένδυση των υποστυλωμάτων με σχιστόλιθους τονίζει τη θέση τους στην πρόσοψη, δημιουργώντας αντιθέσεις με τα υπόλοιπα υλικά.



β.137 Ο λογότυπος της Τράπεζας, επαναλαμβανόμενος επάνω στα μεγάλα γυάλινα πανό, καλύπτει σχεδόν συνολικά την πρόσοψη του καταστήματος.

B. 7.6 ΓΥΑΛΙ, ΚΑΘΡΕΠΤΕΣ, ΥΑΛΟΤΟΥΒΛΟ

Στα καταστήματα πώλησης προϊόντων κατά κανόνα επικρατεί το γυαλί, διότι στο χώρο της βιτρίνας είναι δεδομένη η χρήση του διαφανούς υαλοπίνακα.

Στα καταστήματα παροχής υπηρεσιών έχουμε μεγαλύτερο εύρος επιλογών και μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε υαλοπίνακες διαφανείς, ημιδιαφανείς ή αδιαφανείς (εικ. β.137). Όπως ήδη αναφέραμε στο κεφάλαιο για την είσοδο, έχουμε διάφορους τύπους ημιδιαφανούς γυαλιού και διαφορετικούς τρόπους επεξεργασίας του. Έτσι, εφαρμογές της αμμοβολής ή χρωματιστών γυαλιών και βιτρό μπορούμε να έχουμε εδώ σε μεγαλύτερη έκταση. Αδιαφάνεια μιας όψης μπορούμε να δώσουμε στο γυαλί με την εφαρμογή ειδικής μεμβράνης που μετατρέπει το απλό γυαλί σε καθρέπτη από τη μεριά που δέχεται το περισσότερο φως. Έτσι, η εξωτερική, έντονα φωτισμένη επιφάνειά του μπορεί να αντικατοπτρίσει ενδιαφέροντα στοιχεία του περιβάλλοντος χώρου, όπως δέντρα, άλλα κτίρια κτλ. Αδιαφανές είδος γυαλιού είναι και ο απλός καθρέπτης, ο οποίος μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως υλικό επένδυσης και προσφέρεται σε διάφορες μορφές (χρωματιστός, παλαιωμένος, παραμορφωτικός, σε ψηφίδες κτλ.). Ιδιαίτερη περίπτωση προϊόντος από γυαλί, που λειτουργεί ως υλικό δόμησης και όχι επένδυσης, είναι τα υαλότουβλα, που προσφέρονται και αυτά σε ποικιλία μορφών και διαστάσεων.

B. 7.7 ΓΥΨΟΣΑΝΙΔΑ

Η γυψοσανίδα στην πρόσοψη χρησιμοποιείται περισσότερο ως υλικό υποδομής και διαμόρφωσης παρά ως υλικό επένδυσης. Μπορεί να κοπεί, να βιδωθεί, να καμπυλωθεί εύκολα και με μεγάλη ακρίβεια. Μπορεί, ακόμα, να καλύψει υπάρχοντα στοιχεία ή και να δημιουργήσει καινούριους όγκους.

Όλα τα παραπάνω υλικά μπορούν να καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της πρόσοψης και να συνδυάζονται μεταξύ τους σε αναλογίες τέτοιες, ώστε να δημιουργούν ενδιαφέρουσες συνθέσεις.

Μια ακόμη παράμετρος που πρέπει να λάβουμε υπόψη μας είναι ότι η υφή της επιφάνειας οποιουδήποτε υλικού αποδίδεται διαφορετικά, ανάλογα με το φως το οποίο δέχεται. Έτσι, ο προσανατολισμός του χώρου πρέπει να είναι

ένα επιπλέον κριτήριο για την επιλογή του υλικού και για την τελική επεξεργασία της επιφάνειάς του.

Υπάρχουν υλικά με μεγάλη αντανακλαστικότητα, όπως το λευκό μάρμαρο, οι καθρέπτες κ.ά., και υλικά με λιγότερες αντανακλάσεις, όπως ο πωρόλιθος, το ξύλο κ.ά. Σε κάποιες περιπτώσεις, αν επιμείνουμε στην επιλογή ενός υλικού για τα άλλα χαρακτηριστικά του, χρώμα, υφή κτλ., μπορούμε με την κατάλληλη επεξεργασία να ελέγξουμε και την αντανακλαστικότητά του.

B. 8 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΙΚΤΥΩΝ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

Πρόκειται για στοιχεία που μπορεί να αλλοιώσουν την εικόνα της πρόσοψης, αλλά κρίνονται απαραίτητα για τη λειτουργία του χώρου. Τέτοια είναι:

- τα φωτιστικά σώματα και τα εξαρτήματά τους,
- οι έξοδοι των κλιματιστικών μηχανημάτων,
- το «κουτί» του συναγερμού,
- οι υδρορροές.

Σωστό είναι τα παραπάνω να λαμβάνονται υπόψη στο στάδιο του σχεδιασμού, ώστε να μην προκαλέσει προβλήματα αισθητικής και λειτουργικότητας η τοποθέτησή τους εκ των υστέρων.

Β. 9 ΦΩΤΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΟΨΗΣ

Ο φωτισμός της πρόσοψης πρέπει να τονίζει τα στοιχεία της και κυρίως εκείνα που «φέρουν πληροφορίες» και προβάλλουν το είδος, το χαρακτήρα και τα προϊόντα του καταστήματος (εικ. β.138).

Η εικόνα που δίνει μια πρόσοψη, όταν φωτίζεται με φυσικό φωτισμό, δηλαδή στη διάρκεια της ημέρας, καθορίζεται και διαμορφώνεται από τις φόρμες, την υφή και τα χρώματα των στοιχείων της. Γι' αυτό, κατά το σχεδιασμό της πρόσοψης πρέπει να έχουμε υπόψη μας και παράγοντες όπως:

- ο προσανατολισμός της,
- οι πιθανές αντανακλάσεις,
- διάφορα στοιχεία του περιβάλλοντος με τα σχήματα, τα χρώματα και τον όγκο τους.

Με τον τεχνητό φωτισμό επιδιώκουμε να διαφοροποιήσουμε κάθε όψη από τις διπλανές της. Αυτό το πετυχαίνουμε με:

- αύξηση της έντασης,
- διαφοροποίηση της κατανομής του φωτισμού,
- δημιουργία κίνησης με αλλαγή δέσμης, έντασης, κατεύθυνσης ή με διαδοχικό άναμμα - σβήσιμο μιας σειράς λαμπτήρων,
- χρωματιστό φως.



β.138 Έντονος σημειακός φωτισμός σε θέσεις που προβάλλουν το είδος και τα προϊόντα του καταστήματος.

Οι περιοχές μιας πρόσοψης που πρέπει ιδιαίτερα να τονίζονται είναι αυτές της επιγραφής, της εισόδου και της βιτρίνας. Αυτές τις φωτίζουμε ιδιαίτερα, όχι μόνο τη νύχτα, αλλά και κατά τη διάρκεια της ημέρας.

Δεν πρέπει επίσης να ξεχνάμε ότι, πέρα από την επιλογή των κατάλληλων λαμπτήρων, στην εικόνα της πρόσοψης συμμετέχουν και τα ίδια τα φωτιστικά. Τα στοιχεία, δηλαδή, που φέρουν τους λαμπτήρες, με τη μορφή τους, τον όγκο τους, τις θέσεις και τον τρόπο τοποθέτησής τους, επηρεάζουν τη γενική εικόνα της όψης. Πρέπει να λαμβάνουμε οπωσδήποτε υπόψη μας τις απαιτήσεις αυτές από την αρχή και να εντάσσουμε κατάλληλα τα φωτιστικά στη γενική διαμόρφωση της όψης.

Γ. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ

Γ. 1 ΓΕΝΙΚΑ

Το κλίμα στη χώρα μας μας επιτρέπει, για ένα μεγάλο μέρος του χρόνου, να επεκτείνουμε κάποιες δραστηριότητες σε ανοιχτό χώρο όπως την αναψυχή, τις πολιτιστικές εκδηλώσεις, το εμπόριο κτλ.

Η δυνατότητα αυτή δημιουργεί ένα «κατασκευασμένο» περιβάλλον που κλιμακώνεται σταδιακά ως προς την κάλυψή του σε:

- συνολικά στεγασμένο,
- επί μέρους στεγασμένο,
- μη στεγασμένο.

Όσον αφορά την επαγγελματική χρήση ενός ανοιχτού χώρου, αυτός μπορεί να είναι:

- αυτόνομος, δηλαδή να λειτουργεί ως υπαίθρια μόνο εμπορική διαδικασία, π.χ. παραλιακό αναψυκτήριο,
- λειτουργική συνέχεια ενός στεγασμένου χώρου, π.χ. η αυλή ενός αστικού café,
- περιοχή προσέγγισης και οριοθέτησης του στεγασμένου χώρου, π.χ. το τμήμα του πεζοδρομίου μπροστά από ένα κατάστημα (εικ. γ.1).

Όταν ο χώρος είναι αυτόνομος, η διαμόρφωσή του γίνεται πιο ελεύθερα, με γνώμονα το πνεύμα, τις μνήμες και την ιστορία της περιοχής, ή το ύφος του τοπίου.

Στις άλλες δύο περιπτώσεις υπάρχουν δύο επιλογές. Η μία είναι να επεκτείνουμε τη φιλοσοφία διαμόρφωσης του εσωτερικού χώρου και έξω, όταν η λειτουργία και τα υλικά το επιτρέπουν, και η άλλη είναι να επιλέξουμε υλικά και ύφος ανεξάρτητα από τον εσωτερικό χώρο.

Γ. 1.1 ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΥΝ ΤΟΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΧΩΡΟ

Τα στοιχεία που διαμορφώνουν την εικόνα των εξωτερικών χώρων είναι τα δάπεδα, οι πέργκολες, τα στέγαστρα, τα κιγκλιδώματα, τα καθιστικά, οι ζαρντινιέρες και οι κρήνες. Στη συνέχεια, θα αναφερθούμε στο καθένα από αυτά χωριστά.



γ.1 Εξωτερικός χώρος εμπορικού καταστήματος σε αστικό περιβάλλον.

Γ. 2 ΔΑΠΕΔΑ

Είναι καθοριστικός ο ρόλος τον οποίο παίζει το δάπεδο στη συνολική εικόνα ενός υπαίθριου χώρου. Ο Δημήτρης Πικιώνης, το 1933, αναφερόταν στο «φυσικό» και στο «ψυχικό» τοπίο και στη ρυθμική του τοπίου και, όπως έλεγε, «όλα τα στοιχεία του πρέπει να αλληλοσυσχετίζονται, ώστε να μοιάζουν ότι υπήρχαν πάντοτε εκεί». (εικ. γ.2).

Η εικόνα του δαπέδου του εξωτερικού χώρου είναι πολύ σημαντική, ακόμη και όταν ο χώρος αυτός δεν είναι μεγάλος, αλλά περιορίζεται στην πρόσοψη ενός καταστήματος, διότι αποτελεί κυρίαρχο στοιχείο της διαμόρφωσής του.

Ανεξάρτητα από την έκταση του χώρου, το δάπεδο μπορεί να είναι ενιαίο, ή να δημιουργούνται σ' αυτό διάφορα σχήματα και σχέδια. Τα σχέδια αυτά μπορεί να είναι στατικά ή δυναμικά. Τα στατικά προτρέπουν τον παρατηρητή να σταθεί και να παρατηρήσει, ενώ τα δυναμικά διακλαδίζονται στο χώρο, ορίζουν πορείες ή ενδιαφέρουσες γωνιές, ειδικά αν διαφοροποιείται η υφή και το χρώμα τους. (σχ. 14) (εικ. γ.3).

Επίσης, ένα δάπεδο μπορεί να λειτουργήσει και ως φόντο για την ανάδειξη άλλων στοιχείων της διαμόρφωσης του περιβάλλοντος, όπως είναι τα καθιστικά, οι είσοδοι κτλ.

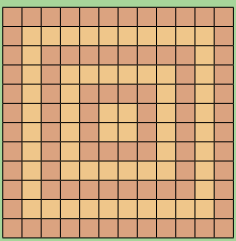
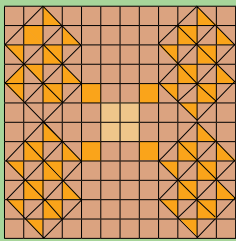
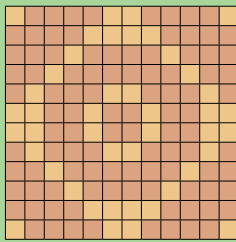
Ακόμη, με τη χρήση κατάλληλων υλικών σε σωστά χρώματα και με σωστή διάταξη μπορούμε να κάνουμε ένα χώρο να φανεί μεγαλύτερος ή μικρότερος.

Τα υλικά που θα επιλέξουμε πρέπει να ανταποκρίνονται σε διάφορες απαιτήσεις, δηλαδή πρέπει:

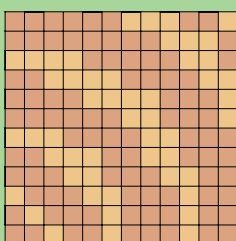
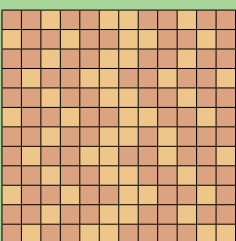
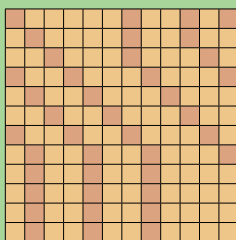
1. Να διαθέτουν μηχανική αντοχή,
2. Να μη διαβρώνονται εύκολα,
3. Να μην ξεθωριάζουν,
4. Να αντέχουν σε συστολή - διαστολή (κρύο - ζέστη),
5. Να μη γλιστράνε,
6. Να δίνουν ένα καλό αισθητικά αποτέλεσμα,
7. Να δημιουργούν ενιαίο ύφος με τα υπόλοιπα στοιχεία του χώρου.

Τα υλικά διαμόρφωσης του δαπέδου μπορούμε να τα διακρίνουμε σε δύο κατηγορίες

- φυσικά υλικά: πέτρες, μάρμαρα, γρανίτες, βότσαλα, ξύλο, χαλίκια, γαρμπίλι και

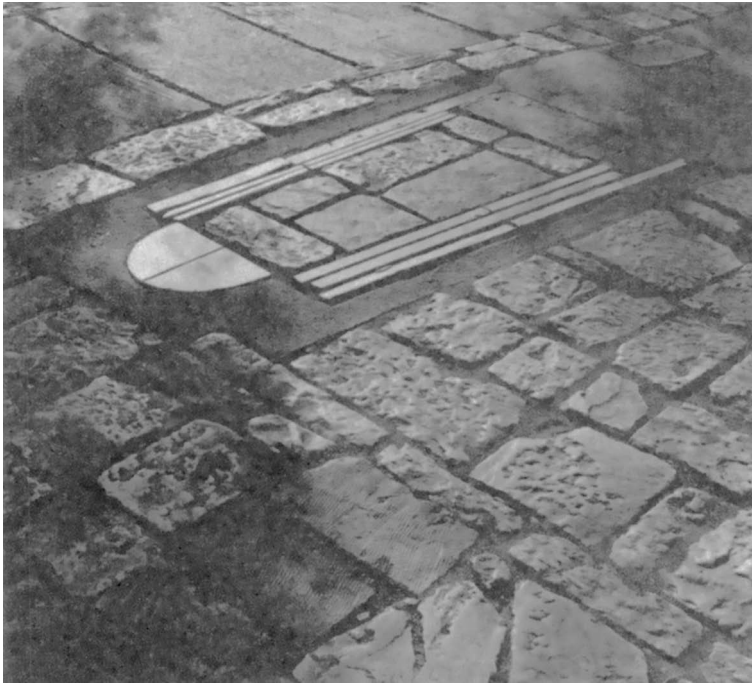


στατικά

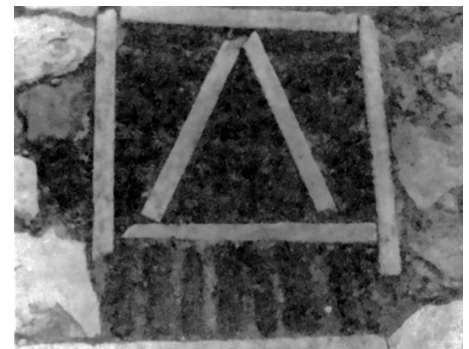
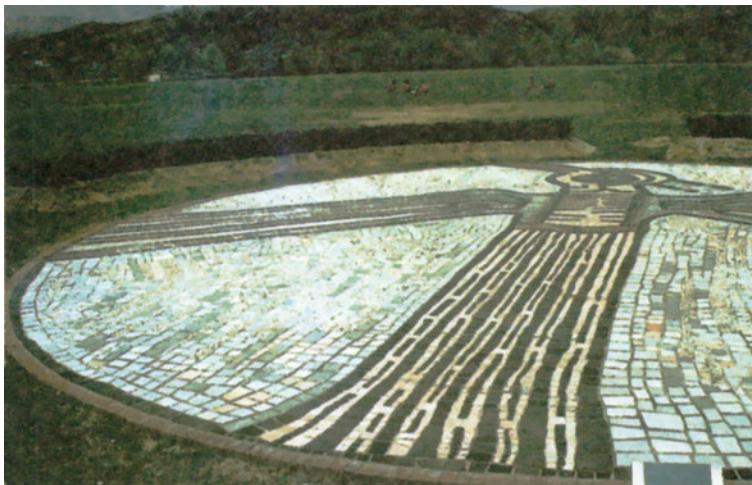


δυναμικά

Σχ.14



γ.2 Διακοσμητικές συνθέσεις δαπέδου, από τον αρχιτέκτονα Δ. Πικιώνη, με συγγενή φυσικά υλικά.



γ.3 Δαπεδοστρώσεις με έντονα διακοσμητικό χαρακτήρα και με παραδοσιακά στοιχεία, στην Ιαπωνία

- βιομηχανικά υλικά: κεραμικά και πλακίδια πορσελάνης, συμπαγή τούβλα δαπέδου, πλακίδια ψημένου πηλού (cotto), πλάκες πεζοδρομίου, προϊόντα τσιμέντου (σε πλάκες ή χυτά) , υαλότουβλα, προϊόντα με ψηφίδες (μωσαϊκά - ψηφιδωτά).

Τα βιομηχανικά υλικά διατίθενται τυποποιημένα, ενώ τα φυσικά υλικά ποικίλουν, τόσο ως προς την περιοχή προέλευσής τους, όσο και ως προς το βαθμό επεξεργασίας τους, τον τρόπο κοπής και τον τρόπο τοποθέτησης και αρμολόγησης.

Γ. 2.1 ΦΥΣΙΚΑ ΥΛΙΚΑ

Γ. 2.1.1 ΠΕΤΡΕΣ

Στη χώρα μας υπάρχει μεγάλη ποικιλία από πέτρες κατάλληλες για τη διαμόρφωση δαπέδων, όπως ο σκληρός ασβεστόλιθος σε διάφορα χρώματα, ο πωρόλιθος και οι σχιστόπλακες. Οι πέτρες μπορούν να τοποθετηθούν λαξευμένες, ημιλαξευμένες ή αλάξευτες, σε πλάκες ή σε χοντρές πέτρες.

Αλάξευτες ή ημιλαξευμένες

- Αρμολογημένες με κονίαμα. Σ' αυτή την περίπτωση οι πέτρες είναι πυκνά τοποθετημένες και συνδέονται με κονίαμα. Συνήθως, με αυτό τον τρόπο τοποθετούνται στην πρώτη εξωτερική ζώνη του κτιρίου.

- Με γρασίδι στους αρμούς. Σ' αυτή την περίπτωση οι πέτρες είναι τοποθετημένες σε μια πιο ελεύθερη διάταξη και με μεγαλύτερους αρμούς, ώστε να φαίνεται το γρασίδι (γκαζόν). Συνήθως, αποφεύγουμε να τις τοποθετήσουμε με αυτό τον τρόπο πολύ κοντά σε τοίχους κτιρίων, λόγω της υγρασίας που κατακρατούν (εικ. γ.4).

Λαξευμένες πέτρες

Με τη λάξευση παίρνουμε συνήθως ορθογώνιες πλάκες, που τοποθετούνται με διάφορους κάρναβους και αρμολογούνται και αυτές με κονίαμα ή με γρασίδι (εικ. γ.5).

Τα χρώματα που έχουν οι πέτρες εξαρτώνται από την περιοχή προέλευσής τους. Μπορεί να είναι λευκές, υπόλευκες, γκριζωπές ή γκριζες και πρασινωπές, όπως είναι οι σχιστόπλακες Πηλίου, Καρύστου, Πραβίου, ή μπορεί να έχουν τις αποχρώσεις της ώχρας, του μπεζ, του καφέ,



γ.4 Αλάξευτες πέτρες με γρασίδι στους αρμούς. Από υπαίθριο café στον Αϊ-Δημήτρη το Λουμπαρδιάρη.



γ.5 Λαξευμένες πέτρες αρμολογημένες με γρασίδι σε εξωτερικό χώρο καταστήματος.

όπως οι πωρόλιθοι πολλών περιοχών της Ελλάδας. Εκτός από τις γνωστές πέτρες, υπάρχουν στην αγορά εισαγόμενα προϊόντα από πετρώματα άλλων χωρών, όπως ο χαλαζίτης ή οι ψαμμιτόλιθοι, που δεν υπάρχουν σε αρκετή ποσότητα στη χώρα μας.

Προϊόντα πέτρας είναι και το γαρμπίλι και τα χαλίκια, που συνήθως τοποθετούνται σε τμήματα δαπέδου τα οποία οριοθετούνται από φυτά, πεζούλια ή άλλα στοιχεία, διότι παρασύρονται εύκολα. Συνήθως, αποφεύγουμε να τα χρησιμοποιούμε σε περιοχές που έχουν κίνηση, διότι δε βοηθούν στο άνετο βάδισμα και κάνουν θόρυβο. Επίσης, όταν τοποθετούνται σε χώρους μεγάλους και εκτεθειμένους στον ήλιο, δημιουργούν έντονες και δυσάρεστες αντανακλάσεις.

Πολλές φορές, σε διακοσμητικές συνθέσεις χρησιμοποιούνται μεμονωμένες έγχρωμες διακοσμητικές ψηφίδες πέτρας ανάμεσα σε μάρμαρα ή κεραμικά πλακάκια.

Γ. 2.1.2 ΓΡΑΝΙΤΗΣ

Οι γρανίτες τοποθετούνται είτε με τη μορφή κυβόλιθων είτε σαν χοντρόπλακες. Κάποια είδη γρανίτη έχουν μικρή αντοχή και σπάνε εύκολα, γι' αυτό χρειάζεται να προσέξουμε σε ποιες περιοχές θα τοποθετηθούν και να λάβουμε υπόψη πόσο θα καταπονούνται.

Τους γρανίτες τους συναντάμε συνήθως σε τόνους του γκρι ή του μαύρου και σε αποχρώσεις του κεραμιδί και της ώχρας (εικ. γ.6).



γ.6 Γρανιτένιοι κυβόλιθοι σε διάδρομο που διατρέχει τον εξωτερικό χώρο συγκροτήματος.



γ.7 Τα διαφορετικά χρώματα μαρμάρου που επιλέχθηκαν για την δαπεδόστρωση του υπαίθριου χώρου ενός αστικού café, ορίζουν ταυτόχρονα και τις διαφορετικές λειτουργίες αυτών των περιοχών. Έτσι οριοθετείται ο διάδρομος για την είσοδο, η περιοχή του διακοσμητικού συντριβανιού και το καθιστικό.

Γ. 2.1.3 ΜΑΡΜΑΡΑ

Για τους εξωτερικούς χώρους υπάρχουν διάφορα μάρμαρα, τα οποία τοποθετούνται είτε σε όλη την επιφάνεια είτε σε συγκεκριμένες περιοχές, μόνα τους ή σε συνδυασμό με άλλα υλικά (πέτρες, μωσαϊκό κτλ.), σε απλές ή διακοσμητικές πλάκες.

Η κάλυψη μεγάλου μέρους του δαπέδου με μαρμάρινες πλάκες δίνει στο χώρο ένα χαρακτήρα πολυτέλειας και μνημειακό ύφος, ενώ, αντίθετα, ο συνδυασμός τους με άλλα υλικά δίνει πιο ανάλαφρο ύφος και ταιριάζει σε περισσότερες εφαρμογές.

Η αρμολόγηση μπορεί να γίνει με κονίαμα, με ειδικές κόλλες ή με μεταλλικές λάμες σε κάποιες θέσεις (αρμοί διαστολής).

Η επιφάνεια μπορεί να είναι λεία ή τραχιά (πελεκητή ή κτενιστή).

Ενδιαφέρουσες συνθέσεις μπορούν να προκύψουν από τη μελετημένη τοποθέτηση πλακών μαρμάρου με διαφορετικό σχήμα και χρώμα (εικ. γ.7).

Γ. 2.1.4 ΒΟΤΣΑΛΑ

Οι δουλεμένες από το νερό πέτρες, σε διάφορα μεγέθη και χρώματα, μπορούν να δώσουν πολύ ωραία αποτελέσματα σε εξωτερικά δάπεδα. Δημιουργούν επιφάνειες περισσότερο ή λιγότερο τραχιές.

Η εφαρμογή τους γίνεται, συνήθως, πάνω σε χυτό υπόστρωμα -κονίαμα ή ακόμη και σε άμμο, όταν αυτές είναι αρκετά μεγάλες.

Σήμερα, μπορούμε να βρούμε και έτοιμες βοτσαλόπλακες. Στις πλάκες αυτές τα βότσαλα είναι άλλοτε τυχαία τοποθετημένα και άλλοτε σχηματίζουν πεπερασμένα ή συνεχιζόμενα διακοσμητικά μοτίβα (κυμάτια, μαιάνδρους κτλ.).

Γ. 2.1.5 ΞΥΛΟ

Το ξύλο, σε εφαρμογές δαπέδου εξωτερικού χώρου, μπορεί να είναι επεξεργασμένο ή όχι. Με επεξεργασμένα κομμάτια ξύλου δημιουργούμε συνήθως υπερυψωμένα επίπεδα. Στην ακατέργαστη μορφή του είναι κομμένα κομμάτια κορμών, διαμήκη ή εγκάρσια, με τα οποία δημιουργούμε συνήθως μονοπάτια ή διαδρόμους (εικ. γ.8-γ.9-γ.10).



γ.8 Διάδρομος στην άμμο από ακατέργαστες σανίδες.



γ.9 Κορμοί δένδρων και χαλίκια διαμορφώνουν χαμηλά σκαλοπάτια σε διάδρομο με μικρή κλίση.

γ.10 Υπερυψωμένο δάπεδο από σανίδες σε εξωτερικό καθιστικό χώρο

Γ. 2.2 ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΥΛΙΚΑ

Τα βιομηχανικά υλικά κυκλοφορούν στην αγορά είτε ως τυποποιημένα κομμάτια είτε ως χυτά προϊόντα.

Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει μια μεγάλη ποικιλία υλικών όπως:

1. κεραμικά πλακίδια
2. πλακίδια πορσελάνης
3. cotto
4. πλακίδια τύπου γρανίτη
5. πλακίδια ψηφίδων
6. πλακίδια τσιμέντου
7. τούβλα επίστρωσης
8. υαλότουβλα

Στη δεύτερη κατηγορία έχουμε

1. προϊόντα τσιμέντου
2. μωσαϊκό



γ.11 Κεραμικά πλακίδια πλαισιωμένα από άλλο υλικό ορίζουν το χώρο του καθιστικού.

Γ. 2.2.1 ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΚΟΜΜΑΤΙΑ

Κεραμικά πλακίδια

Τα κεραμικά πλακίδια είναι ένα υλικό πρακτικό, με μεγάλη διάρκεια ζωής και χωρίς ιδιαίτερες ανάγκες συντήρησης.

Σε εξωτερικούς χώρους τοποθετούμε κυρίως ανυάλωτα κεραμικά πλακίδια, επίπεδα ή κουρμπαριστά στις άκρες.

Στην αγορά υπάρχει πολύ μεγάλη ποικιλία κεραμικών πλακιδίων με διάφορα χρώματα, ανάγλυφα σχέδια και διάφορα σχήματα κοπής: τετράγωνα, παραλληλόγραμμα, κυκλικά ή πολυγωνικά (εικ. γ.11).

Οι αρμονικοί συνδυασμοί χρωμάτων, σχημάτων και κάνναβου μπορούν να δώσουν πολύ ενδιαφέροντα αποτελέσματα.

Πλακίδια πορσελάνης

Αυτά είναι κατάλληλα για εξωτερικούς χώρους και ξεχωρίζουν, διότι είναι λευκής μάζας. Έχουν μεγάλη μηχανική αντοχή και χαμηλή υδατοαπορροφητικότητα. Τοποθετούνται με ειδικές κόλλες και είναι πιο ακριβά από τα κεραμικά.

Πλακίδια Cotto

Τα Cotto διαφέρουν από τα κεραμικά πλακίδια, διότι είναι πιο παχιά. Ουσιαστικά, είναι κεραμίδια δαπέδου, με πολύ μεγάλη διάρκεια ζωής. Μπορεί να είναι σμαλτωμένα ή όχι. Για μια αισθητικά σωστή εφαρμογή πρέπει να προέρχονται από πέντε τουλάχιστον διαφορετικές παρτίδες. Αυτό εξασφαλίζει εναλλαγή των τόνων και των αποχρώσεων, δίνοντας ένα φυσικό και ζεστό αποτέλεσμα.

Πλακίδια τύπου γρανίτη

Δεν είναι προϊόντα γρανίτη αλλά πλακίδια κεραμικά με χημικά πρόσμεικτα, των οποίων η μάζα και η επιφάνεια είναι σκούρες και γι' αυτό δίνουν την εντύπωση του γρανίτη.

Πλακίδια ψηφίδων

Η επιφάνειά τους προκύπτει από την ανάμειξη κομματιών ενός ή περισσότερων διαφορετικών υλικών με συνδετική ουσία. Τα υλικά αυτά μπορεί να είναι πέτρινες, μαρμάρινες, κεραμικές ψηφίδες ή βότσαλα και δίνουν μια ενιαία μάζα, όταν συνδεθούν και στερεοποιηθούν με κάποιο κονίαμα επάνω σε κάποιο υπόστρωμα. Η τελική επιφάνεια μπορεί να είναι λεία ή τραχιά (εικ. γ.12).



γ.12 Πλακίδια ψηφίδων με τραχιά επιφάνεια σχηματίζουν διάδρομο και μικρή σκάλα στο γρασίδι.

Πλακίδια τσιμέντου ή πλάκες πεζοδρομίου

Πρόκειται για πλάκες μεγάλου μεγέθους (συνήθως 40x40cm), με επίπεδη ή ανάγλυφη επιφάνεια. Τις συναντάμε συχνότερα στο συνηθισμένο ανοιχτό ή σκούρο γκρι τσιμεντόχρωμα, αλλά υπάρχουν και έγχρωμες. Οι λείες έχουν το μειονέκτημα ότι, όταν είναι βρεγμένες, γλιστράνε. Αντίθετα, οι ανάγλυφες είναι αντιολισθητικές, χαρακτηριστικό που σε κάποιες εφαρμογές είναι απαραίτητο (εικ. γ.13).

Τούβλα επίστρωσης

Είναι συμπαγή τούβλα, τσιμεντένια ή κεραμικά, ειδικής επεξεργασίας, για μεγαλύτερη αντοχή, που τοποθετούνται κατευθείαν στο χώμα, χωρίς υπόστρωμα (εικ. γ.14).



γ.13 Δαπεδοστρώσεις με πλακίδια τσιμέντου.

γ.14 Δάπεδο με τούβλα επίστρωσης, σανίδες, θόσσαλα και πλακίδια ψηφιδωτών.

Υαλότουβλα

Τα υαλότουβλα είναι ένα υλικό που, στις περισσότερες επιστρώσεις δαπέδου, επιλέγεται για να δώσει τη δυνατότητα φωτισμού ενός υπόγειου χώρου. Πολλές φορές, όμως, δίνουν και ενδιαφέρουσες φωτιστικές σημάνσεις, όταν π.χ. τοποθετηθούν στον άξονα κίνησης ενός διαδρόμου (εικ. γ.15).



γ.15 Υαλότουβλα σε δάπεδο, με υποδαπέδιο φωτισμό.

Γ. 2.2.2 ΧΥΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Προϊόντα χυτού τσιμέντου - σταμπωτό beton

Τα τελευταία χρόνια γίνεται ευρεία εφαρμογή μιας τεχνικής διαμόρφωσης δαπέδου με χυτό μπετόν, του οποίου η τελική επιφάνεια διαμορφώνεται ανάγλυφα. Οι επιφάνειες αυτές ανταποκρίνονται σε όλες τις απαιτήσεις του δαπέδου ενός εξωτερικού χώρου (αντοχή σε πίεση, σκόνη, λίπη, οξέα, υγρασία, παγωνιά). Ταυτόχρονα, δίνουν ένα αρκετά καλό αισθητικά αποτέλεσμα με μικρό κόστος.

Μπορεί να ακολουθεί διάφορα είδη κάνναβου, και η ποικιλία που προκύπτει στα χρώματα, στα σχήματα και στην υφή μπορεί να μιμηθεί αρκετά καλά τα φυσικά υλικά. Επειδή η τεχνική αυτή είναι πολύ πρόσφατη, δε γνωρίζουμε τη συμπεριφορά της στο πέρασμα του χρόνου.

Μωσαϊκό

Η μάζα του περιέχει τσιμεντοκονίαμα και ψηφίδες μαρμάρου διάφορων χρωμάτων. Παλιότερα η εφαρμογή του ήταν περισσότερο διαδεδομένη, αλλά σήμερα έχει αντικατασταθεί από τα έτοιμα πλακίδια μωσαϊκού.

Γ. 3 ΖΑΡΝΤΙΝΙΕΡΕΣ

Οι ζαρντινιέρες, τα δοχεία δηλαδή που φέρουν φυτά, έχουν κυρίως διακοσμητικό ρόλο. Ταυτόχρονα όμως, μπορούν να λειτουργήσουν και ως στοιχεία που οριοθετούν ή σηματοδοτούν λειτουργίες (γωνιές καθιστικών, διαδρόμους κίνησης κτλ.).

Οι ζαρντινιέρες μπορεί να είναι σε μόνιμες θέσεις στο χώρο (κτιστές ή πακτωμένες) ή μεταφερόμενες.

Γ. 3.1 ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΖΑΡΝΤΙΝΙΕΡΕΣ

Συχνά, οι σταθερές ζαρντινιέρες αποτελούν οπτική συνέχεια του δαπέδου. Το υλικό δηλαδή του δαπέδου επεκτείνεται για την κατασκευή ή την επένδυση της ζαρντινιέρας.

Έτσι, μπορεί να είναι από διάφορα είδη πέτρας, η οποία χρησιμοποιείται ως υλικό κατασκευής ή ως υλικό επένδυσης της εξωτερικής επιφάνειας.

Εκτός από τις πέτρες, άλλα υλικά για τις κτιστές ζαρντινιέρες μπορεί να είναι τα συμπαγή τούβλα, το μάρμαρο ή το τσιμέντο.

Ακόμη, σε μόνιμες θέσεις μπορούν να τοποθετηθούν πακτωμένα έτοιμα προκατασκευασμένα δοχεία από πηλό, τσιμέντο, μωσαϊκό ή και μέταλλο, με ειδικές επαλείψεις στα εσωτερικά τους τοιχώματα (εικ. γ.16).

Γ. 3.2 ΚΙΝΗΤΕΣ ΖΑΡΝΤΙΝΙΕΡΕΣ

Οι μεταφερόμενες ή κινητές ζαρντινιέρες είναι κυρίως από τσιμέντο, πηλό, ξύλο ή μέταλλο.

Η εξωτερική επιφάνειά τους μπορεί να είναι από το ίδιο το υλικό κατασκευής ή να είναι διακοσμημένη με διάφορα ένθετα στοιχεία ή να είναι απλώς βαμμένη ή σοβατισμένη. Μπορεί επίσης να είναι λεία, και ενιαία ή ανάγλυφα διακοσμημένη.

Ενδιαφέρον αποτέλεσμα μπορούμε να έχουμε και από τη χρήση κασπό, άλλων δοχείων δηλαδή που φιλοξενούν μια ζαρντινιέρα ή μια γλάστρα. Τα κασπό, επειδή δεν έρχονται σε απευθείας επαφή με το χώμα και το νερό, μπορεί να είναι από πάρα πολλά και διαφορετικά υλικά, όπως καλάμια, μεταλλικά πλέγματα, rattan, σχοινιά, ξύλα κτλ.



γ.16 Ξύλινη πακτωμένη ζαρντινιέρα οριοθετεί τον υπαίθριο χώρο του καταστήματος.

Ανάλογα με το υλικό και με τον τρόπο κατασκευής τους, οι ζαρντινιέρες μπορούν να παίρνουν διάφορα σχήματα. Συνήθως, είναι γεωμετρικά στερεά, όπως κύβοι, ορθογώνια παραλληλεπίπεδα, κολουροι κώνοι, κυλινδρικά ή ημικυλινδρικά σχήματα. Όμως, μπορεί να έχουν και πιο ελεύθερες φόρμες, με καμπύλες ή τεθλασμένες γραμμές, ή να ακολουθούν με το σχήμα τους μια γωνία ή την καμπύλη ενός διαδρόμου.

Η επιλογή του κατάλληλου τύπου ζαρντινιέρας εξαρτάται από τη γενικότερη αισθητική του χώρου, αν και πολλές φορές η τοποθέτηση στοιχείων με στιλ διαφορετικό από το γενικό μπορεί να δημιουργήσει ενδιαφέρουσες εκπλήξεις και να δώσει στο χώρο ιδιαίτερο ύφος.

Ο ρόλος τους, όπως και ο ρόλος των ίδιων των φυτών που φιλοξενούν, μπορεί να είναι συμπληρωματικός, και απλώς να θέλουμε να συνυπάρχουν αρμονικά με τα υπόλοιπα στοιχεία του χώρου. Σε άλλη περίπτωση, όμως, μπορεί να παίζουν καθοριστικότερο ρόλο και να λειτουργούν ως αυτόνομα στοιχεία ή και ως πόλος έλξης. Στις περιπτώσεις αυτές συνήθως επιλέγουμε να διαφοροποιήσουμε το σχήμα ή και το υλικό τους (εικ. γ.17).

Επίσης, πολλές φορές σαν ζαρντινιέρες μπορούν να χρησιμοποιηθούν κομμάτια από την καθημερινή ζωή και την κουλτούρα ενός τόπου, όπως πιθάρια, τμήματα από αρχαιολογικά ευρήματα ή αντίγραφά τους, βαρέλια, καροτσάκια κτλ.



γ.17 Φερόμενες μεταλλικές ζαρντινιέρες στο όριο του εξωτερικού χώρου του καταστήματος.

Γ. 4 ΠΕΡΓΚΟΛΕΣ

Οι πέργκολες είναι στέγαστρα από πλέγμα σανίδων, μεταλλικών σωλήνων ή δοκίδων μπετόν, που μπορεί να βρίσκονται στο χώρο ακάλυπτα ή να αποτελούν επιφάνειες στήριξης άλλων υλικών.

Τα υλικά αυτά μπορεί να είναι μεταλλικά πλέγματα, καλάμια ή τεντόπανα, ή ακόμη και το φύλλωμα αναρριχώμενων φυτών. Τα υλικά αυτά δεν πρέπει να είναι μόνιμα τοποθετημένα, αλλά πρέπει να μπορούν να μετακινούνται και για λόγους συντήρησης, αλλά και για να υπάρχει η δυνατότητα να αφήνουμε το φως του ήλιου να διαπερνά την πέργκολα, όταν το θέλουμε.

Όσον αφορά τα φυτά, ενώ τα αειθαλή μας δίνουν φύλλωμα όλο το χρόνο, τα φυλλοβόλα το χειμώνα επιτρέπουν τη διέλευση του φωτός.

Το υλικό της πέργκολες μπορεί να είναι το ίδιο και στα στηρίγματα και στο οριζόντιο πλέγμα ή μπορεί να είναι συνδυασμός από διάφορα υλικά. Για παράδειγμα, μπορεί να έχουμε ξύλινο πλέγμα πάνω σε μεταλλικά στηρίγματα ή χτιστά στηρίγματα κτλ. (εικ. γ.18-γ.19-γ.20).

Τα ξύλινα και τα μεταλλικά τμήματα μπορεί να είναι βαμμένα με χρωματιστό ή διάφανο βερνίκι, ανάλογα με τη γενική σύνθεση του χώρου.

Οι πέργκολες μπορεί να είναι αυτόνομες στο χώρο, να συνδέουν κτίσματα μεταξύ τους ή να αποτελούν προέκταση του κτισμένου χώρου.

Η θέση τους στο χώρο σηματοδοτεί, σχεδόν πάντα, μια λειτουργία. Έτσι, μπορεί να «στεγάζουν» μια γωνιά καθιστικού ή έναν διάδρομο.

Τέλος, η επιφάνεια κάλυψης μπορεί να είναι επίπεδη ή αψιδωτή (καμπύλη).



γ.18 Πέργκολα από ξύλο και τεντόπανο. Το μεσαίο δοκάρι χρησιμεύει και για την τοποθέτηση κρεμαστού φωτιστικού. Ο τρόπος τοποθέτησης της τέντας, με εναλλάξ πέρασμα ανάμεσα στις οριζόντιες δοκίδες, δίνει μια ανάγλυφη επιφάνεια.



γ.19 Πέργκολα από χτιστά στηρίγματα και μεταλλικό πλέγμα. Διακρίνονται τα σύρματα για την αναρρίχηση των φυτών και οι συμπαγείς χαμηλοί τοίχοι, που δίνουν μια αίσθηση ιδιωτικότητας στο καθιστικό.



γ.20 Πέργκολα με στηρίγματα από τούβλα και πλέγμα από μπετόν, στοιχεία που δανείζεται από το διπλανό στεγασμένο χώρο.



γ. 21 Ελαφρό στέγαστρο από ξύλινο καφασωτό στηριγμένο στον τοίχο του κτιρίου.

Γ. 5 ΤΕΝΤΕΣ - ΕΛΑΦΡΑ ΣΤΕΓΑΣΤΡΑ

Πολλές φορές, εκτός από τις πέργκολες που, πέρα από τους άλλους σκοπούς τοποθέτησής τους σε ένα χώρο, λειτουργούν και ως μέσο σκίασης, χρησιμοποιούνται και τέντες ή άλλα στέγαστρα. Οι κατασκευές αυτές μπορεί να είναι αυτόνομες στο χώρο ή να εφάπτονται σε πλευρές κτιρίου (εικ. γ.21). Οι τέντες που συναντάμε στους ελεύθερους χώρους είναι κατά κύριο λόγο από υφάσματα κατάλληλα να αντέχουν σε όλες τις καιρικές συνθήκες. Ένα από τα υφάσματα αυτά μπορεί να είναι το γνωστό απλό караβόπανο στο φυσικό υπόλευκο χρώμα του ή σε χρωματιστό, σε εμπριμέ, σε ριγέ κτλ. Τα τεντόπανα στηρίζονται πάνω σε μεταλλικά ή ξύλινα πλαίσια, άλλοτε σε μια επίπεδη οριζόντια επιφάνεια και άλλοτε σχηματίζοντας απλά γεωμετρικά στερεά, όπως καμπύλες, πολυγωνικές ή ομπρελοειδείς επιφάνειες (εικ. γ.22-γ.23).

Ένα από τα στοιχεία που πρέπει να προσέξει ο μελετητής ή ο χρήστης όταν αποφασίσει να τοποθετήσει τέντες σε ένα χώρο, είναι η έκταση που θα καταλάβουν και η θέση τους, διότι η υπερβολή στη χρήση τους μπορεί να αλλοιώσει το χαρακτήρα του χώρου και να αποδυναμώσει τη



γ.25 Υπόστεγο με ξύλινο σκελετό και σταθερή επικάλυψη. Φέρει διακοσμητικά στοιχεία με ιστορικές αναφορές.

συμμετοχή των υπόλοιπων στοιχείων στη διαμόρφωσή του. Ανάλογη προσοχή πρέπει να δίνεται και στα σχήματα τοποθέτησής τους, στους όγκους που προκύπτουν, καθώς και στην εμφάνιση του τεντόπανου.

Οι τέντες έχουν το πλεονέκτημα να μπορούν να μαζεύονται και να μεταφέρονται, γι' αυτό και είναι κατάλληλες να στεγάσουν καθιστικά ή πάγκους εργασίας σε υπαίθριους χώρους προσωρινής ή εποχιακής χρήσης (εικ γ.24).

Παρόμοιας χρήσης κατασκευές είναι και διάφορα στέγαστρα με πιο μόνιμο χαρακτήρα π.χ. υπόστεγα καλυμμένα με κεραμίδια ή καλαμωτές, όπως και διάφορων μορφών κioskια με εντελώς ελεύθερες τις πλευρές τους ή με καφασωτά σε κάποιες θέσεις τους (εικ. γ.25-γ.26).



γ.22 Τέντες που σχηματίζουν μεγάλους, ανάλαφρους γεωμετρικούς όγκους σε ελεύθερη διάταξη σκιάζουν όλη την περιοχή του υπαίθριου καταστήματος. Οι κορυφογραμμές και οι αντιθέσεις σκιάς-φωτός στην έντονα ανάγλυφη επιφάνεια μοιάζουν να είναι κομμάτι του λόφου ή φουσκωμένα πανιά καραβιού.



γ.23 Μεγάλη ενιαία τέντα σε υπαίθριο café. Η εσωτερική επιφάνεια της τέντας ανακλά και διαχέει το φως, δημιουργώντας έμμεσα ήπιο φωτισμό.



γ.24 Τέντα που σκιάζει τον πάγκο και τη γύρω περιοχή, με προσωρινή υπαίθρια λειτουργία.



γ.26 Ομπρέλες και στέγαστρα καλυμμένα με καλάμια αναδεικνύουν όλα τα υπόλοιπα στοιχεία του χώρου που είναι από φυσικά υλικά.

Γ. 6 ΚΙΓΚΛΙΔΩΜΑΤΑ

Τα κιγκλιδώματα τα χρησιμοποιούμε, για να ορίσουμε έναν χώρο ή να τον διαχωρίσουμε από έναν άλλο. Άλλοτε δηλαδή οριοθετούν μια ιδιοκτησία, άλλοτε προσφέρουν ασφάλεια (όπως σε σκάλες, σιντριβάνια, χώρους παιχνιδιού κτλ.) και άλλοτε λειτουργούν μόνο διακοσμητικά (εικ. γ.27).



γ.27 Ξύλινο κιγκλίδωμα από απλά γραμμικά στοιχεία πάνω σε σταθερό τοίχο οριοθετεί τον εξωτερικό χώρο του καταστήματος.

Μπορούν να δημιουργήσουν σε ένα χώρο γωνιές και περιοχές, χωρίς όμως να τον κατακερματίζουν. Επειδή η επιφάνειά τους δεν είναι συμπαγής, αλλά έχει μεγαλύτερα ή μικρότερα διάκενα, από τη μία διαχωρίζουν τις περιοχές, από την άλλη όμως τις ενοποιούν, επιτρέποντας την οπτική επικοινωνία ανάμεσά τους.

Ένα στοιχείο σημαντικό για το ρόλο του κιγκλιδώματος στο χώρο είναι το ύψος του. Ανάλογα με τη θέση του και τη λειτουργία που εξυπηρετεί, μπορεί να είναι περισσότερο ή λιγότερο ψηλό. Έτσι, όταν ο ρόλος του είναι να οριοθετήσει μια ιδιοκτησία, μπορεί να είναι ψηλότερο, όταν σηματοδοτεί κάποια αλλαγή στη χρήση του ίδιου χώρου ή παίζει ρόλο διακοσμητικό μόνο, μπορεί να είναι χαμηλότερο κτλ.

Η τεχνοτροπία, το ύψος και τα υλικά ενός κιγκλιδώματος επηρεάζουν σημαντικά την εικόνα του χώρου και ταυτόχρονα επηρεάζονται και δεσμεύονται από αυτή ή και από την περιοχή στην οποία βρίσκεται ο χώρος που διαμορφώνουμε. Για παράδειγμα, δε θα ήταν σωστό να τοποθετήσουμε ένα βαρύ, πυκνό και περίτεχνο κιγκλίδωμα σε ένα χώρο με ανάλαφρο και μοντέρνο στιλ ή να σχεδιάσουμε ένα ζηηρόχρωμο κιγκλίδωμα με μοντέρνα στοιχεία για ένα χώρο που βρίσκεται σε περιοχή με συγκεκριμένο παραδοσιακό ύψος, αφού θα θέλαμε ο χώρος αυτός να ενταχθεί αρμονικά και όχι να δημιουργήσει μια παραφωνία.

Τα κιγκλιδώματα μπορεί να είναι από μέταλλο (ανοξείδωτο ή βαμμένο), από ξύλο, από διάτρητο μάρμαρο, από διάτρητο τσιμέντο, από στοιχεία τσιμέντου ή μαρμάρου ή ακόμη και από πλέγμα που δημιουργείται από παράθεση τούβλων (κτιστό) με συγκεκριμένη διάταξη η οποία δημιουργεί πλήρη και κενά τμήματα.

Φυσικά, πολλές φορές χρησιμοποιούνται συνδυασμοί των παραπάνω υλικών.

Γ. 6.1 ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΚΙΓΚΛΙΔΩΜΑΤΑ

Τα μεταλλικά κιγκλιδώματα είναι συνήθως από σίδηρο, στραντζαριστή λαμαρίνα, αλουμίνιο, νικέλιο ή μπρούντζο.

Τα κιγκλιδώματα από συμπαγείς (μασίφ) βέργες σιδήρου ή από στραντζαριστή λαμαρίνα βάφονται, διότι τα υλικά αυτά οξειδώνονται (σκουριάζουν) (εικ. γ.28).

Τα κιγκλιδώματα που είναι από αλουμίνιο είναι ανοξειδωτά και τα συναντάμε σε δύο τύπους, αυτά που έχουν το χρώμα του αλουμινίου και τα χρωματιστά.

Επίσης, ανοξειδωτά είναι το νικέλιο και ο μπρούντζος, τα οποία συνήθως δε χρησιμοποιούμε για να διαμορφώσουμε ολόκληρο το κιγκλιδωμά, αλλά μόνο κάποια τμήματά του, π.χ. ως διακοσμητικά ένθετα στις απολήξεις από τους ορθοστάτες, για επικάλυψη της κουπαστής σε κιγκλιδωμά σκάλας κτλ.

Όλα τα υλικά που προαναφέραμε μπορούν να μας δώσουν από πολύ απλά έως περίτεχνα μοτίβα για το σχέδιο του κιγκλιδώματος. Αυτά μπορούμε να τα διαμορφώσουμε εμείς (γνωρίζοντας, βέβαια, τις δυνατότητες που μας δίνει κάθε υλικό) ή να τα βρούμε έτοιμα στο εμπόριο.

Τα μεταλλικά κιγκλιδώματα πολλές φορές έχουν στοιχεία και από άλλα υλικά π.χ. ξύλινη κουπαστή, κτιστούς ή μαρμάρινους ορθοστάτες κτλ.

Γενικά, επειδή οι διατομές του μετάλλου είναι μικρές, τα μεταλλικά κιγκλιδώματα συνήθως έχουν, εκτός από κάποιες εξαιρέσεις, μια ανάλαφρη παρουσία στο χώρο και μπορούν να ενταχθούν εύκολα και να εναρμονιστούν με πολλές τάσεις και τεχνοτροπίες.

Ακόμα, μπορούμε να διαμορφώσουμε κιγκλιδώματα με έτοιμα μεταλλικά μορφοποιημένα υλικά που προορίζονται για άλλη χρήση, όπως νεροσωλήνες διάφορων διατομών, πλέγματα οικοδομικού χάλυβα, σίτες κτλ.



γ.28 Ελαφρό μεταλλικό κιγκλιδωμά ορίζει περιοχές με υψομετρική διαφορά.

Γ. 6.2 ΞΥΛΙΝΑ ΚΙΓΚΛΙΔΩΜΑΤΑ

Τα ξύλινα κιγκλιδώματα συνήθως τα συναντάμε βερνικωμένα με διάφανο άχρωμο ή χρωματισμένο βερνίκι που επιτρέπει να φαίνονται τα νερά του ξύλου, και σπανιότερα ελαιοχρωματισμένα.



γ.30 Πλέγμα από επεξεργασμένα κλαδιά στο ίδιο πνεύμα με τα υπόλοιπα υλικά του χώρου.

Επειδή το ξύλο ως υλικό δεν έχει την ευκαμψία του μετάλλου, οι φόρμες και οι συνθέσεις προκύπτουν από τους διάφορους τρόπους τοποθέτησης ευθύγραμμων ή τορνευτών κομματιών ξύλου σε οριζόντια, κατακόρυφη ή διαγώνια διάταξη (εικ. γ.29). Το ξύλο εφαρμόζεται σε πολύ παχύτερες διατομές σε σχέση με το μέταλλο, και μας δίνει έτσι μια συγκεκριμένη εικόνα, η οποία διαμορφώνεται από την προέλευσή του και από τον τρόπο της επεξεργασίας του.

Έτσι, μπορούμε να έχουμε είτε ένα εκλεπτυσμένο και ανάλαφρο στιλ, είτε ένα πιο βαρύ, ρουστίκ αποτέλεσμα.

Πολύ καλά αποτελέσματα μπορούμε να έχουμε συνδυάζοντας στις σωστές φόρμες και αναλογίες ξύλο και μέταλλο.

Πολλές φορές, και όταν ταιριάζει στο ύφος του χώρου, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε κορμούς ή κομμάτια από κορμούς, όπως επίσης και πλέγματα από ομοιόμορφα ή μη κομμάτια κλαδιών, επεξεργασμένα ή μη (εικ. γ.30).

Σε πολλές περιπτώσεις το ξύλο μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για την κατασκευή πλαισίων που στηρίζουν πιο ανάλαφρα υλικά, όπως μεταλλικά πλέγματα, ψάθες κτλ., ή και αναρριχώμενα φυτά.

Γ. 6.3 ΚΙΓΚΛΙΔΩΜΑΤΑ ΔΙΑΤΡΗΤΑ (CLOSTRA)

Αυτού του είδους τα διαχωριστικά συνήθως είναι χαμηλά, μπορούν όμως να πάρουν και πολύ μεγάλο ύψος και να χρησιμοποιηθούν σε σημεία όπου θέλουμε να κάνουμε ακόμη πιο σαφή το διαχωρισμό του χώρου μας, χωρίς όμως να χρησιμοποιούμε συμπαγή τοίχο.

Τα βρίσκουμε στο εμπόριο και είναι κατασκευασμένα είτε από τσιμέντο είτε από κεραμικά στοιχεία. Τα κενά και τα



γ.29 Ξύλινο καφασωτό κιγκλίδωμα και διαχωριστικό στις δύο πλευρές του καταστήματος.

γεμάτα στην επιφάνειά τους δημιουργούνται από την επανάληψη ενός συγκεκριμένου σχήματος σε κανονικό κάρναβο.

Γ. 6.4 ΚΤΙΣΤΑ ΚΙΓΚΛΙΔΩΜΑΤΑ

Δεν είναι κιγκλιδώματα, με τη στενή έννοια του όρου, αλλά, επειδή λειτουργούν ως τέτοια, τα αναφέρουμε στο κεφάλαιο αυτό. Είναι, ουσιαστικά, χαμηλά διάτρητα τοιχάκια, που κατασκευάζονται με την τοποθέτηση συμπαγών ή διάτρητων τούβλων με συγκεκριμένο επαναλαμβανόμενο τρόπο, που δημιουργεί κενά και γεμάτα. Μπορεί να είναι εμφανή, σοβατισμένα ή βαμμένα, ακόμα και ο συνδυασμός clostra' και κτιστών.

Ακόμα, το ρόλο κιγκλιδώματος μπορεί να έχει ένα κτιστό χαμηλό τοιχάκι από πέτρα, τούβλο ή μπετόν. (εικ. γ.31).



γ.31 Συμπαγές χαμηλό τοιχάκι από διακοσμητικά τούβλα.

Γ. 7 ΚΑΘΙΣΤΙΚΑ



γ.32 Καθίσματα από ελαφρά υλικά, πανί και αλουμίνιο.

Οι ελεύθεροι υπαίθριοι χώροι, όπως προαναφέραμε, άλλοτε λειτουργούν ως χώροι εμπορικής δραστηριότητας και άλλοτε ως χώροι ελεύθερης πρόσβασης και περιπάτου. Από αυτή τη διαφοροποίηση προκύπτει και το είδος των καθιστικών που θα χρησιμοποιήσουμε.

Έτσι, μπορεί να έχουμε καθιστικά από φορητά στοιχεία ή μόνιμα ή, πολλές φορές, και συνδυασμό τους.

Γ. 7.1 ΜΟΝΙΜΑ ΚΑΘΙΣΤΙΚΑ

Τα μόνιμα καθιστικά μπορεί να είναι κτιστά ή πακτωμένα στο έδαφος, και τα τοποθετούμε συνήθως σε κάποιες γωνιές ή κατά μήκος διαδρόμων ή σε κάποιες θέσεις ανάπαυσης και αναμονής ή θέας κάποιας ενδιαφέρουσας εικόνας.

Γ. 7.1.1 ΚΤΙΣΤΑ ΚΑΘΙΣΤΙΚΑ

Τα κτιστά καθιστικά μπορεί να είναι κατασκευασμένα από μπετόν εμφανές, σοβατισμένο ή επενδυμένο με πέτρες, διακοσμητικά τούβλα ή άλλα υλικά. Επίσης, μπορεί να είναι ολόκληρα κατασκευασμένα από πέτρες με εμφανή την τεχνική κατασκευής τους.

Η επάνω επιφάνειά τους μπορεί να διαμορφώνεται από το ίδιο το υλικό της κατασκευής της ή να επενδύεται με μάρμαρο, συμπαγές ξύλο, σανίδες, κεραμικές πλάκες κ.ά. Η ράχη τους μπορεί να είναι από μεταλλικά ή ξύλινα στοιχεία ή και να μην υπάρχει καθόλου.

Γ. 7.1.2 ΠΑΚΤΩΜΕΝΑ ΚΑΘΙΣΤΙΚΑ

Αυτού του είδους τα καθιστικά είναι τα γνωστά μας παγκάκια με ή χωρίς ράχη, κατασκευασμένα συνήθως από σανίδες στερεωμένες πάνω σε μεταλλικό σκελετό ή, σπανιότερα, από ελαφρύ ανοξείδωτο διάτρητο μέταλλο.

Γ. 7.2 ΦΟΡΗΤΑ ΚΑΘΙΣΤΙΚΑ

Στους επαγγελματικούς χώρους είναι αυτά που συνήθως κυριαρχούν. Είτε συνυπάρχουν με μόνιμα καθιστικά είτε χρησιμοποιούνται μόνο αυτά. Ενώ τα κτιστά καθιστικά εξυπηρετούν περισσότερο αισθητικούς σκοπούς και λιγότερο λειτουργικούς, τα φορητά καθιστικά χρησιμοποιούνται κατά κύριο λόγο για να καλύψουν λειτουργικές ανάγκες, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι παραβλέπεται η αισθητική τους.

Τα υλικά και τα μεγέθη τους είναι τέτοια που τους δίνουν τη δυνατότητα να αλλάζουν θέση εύκολα. Τα συναντάμε κυρίως ως καρέκλες αλλά και ως παγκάκια και καναπέδες από ελαφρά υλικά. Επειδή σε μερικούς επαγγελματικούς χώρους μπορεί να καταλαμβάνουν μεγάλη έκταση και να κυριαρχούν πάνω στα άλλα στοιχεία του χώρου. Γι' αυτό πρέπει να γίνεται πολύ προσεκτικά η επιλογή τους. Τα υλικά κατασκευής τους είναι το ξύλο σε διάφορες μορφές, ελαφρά μεταλλικά κράματα, συμπαγείς μεταλλικές ράβδοι, rattan, πλαστικά και συνδυασμοί του (εικ. γ.32-γ.33-γ.34).

Τις περισσότερες φορές είναι βιομηχανικά προϊόντα, αλλά υπάρχουν και περιπτώσεις που χρειάζεται να τα σχεδιάσουμε στο σύνολό τους ή να αλλάξουμε κάποια στοιχεία τους.



γ.33 Καθίσματα από ψάθα και συμπαγείς μεταλλικές θέρρες.



γ.34 Στα καθίσματα χρησιμοποιήθηκαν μορφές, χρώματα και υλικά σε αρμονία με τις ομπρέλες και με τα κτιστά διαχωριστικά-καθιστικά.

Γ. 8 ΚΡΗΝΕΣ

Κατασκευές με αποκλειστικά σχεδόν διακοσμητική χρησιμότητα είναι οι κρήνες. Κατάλοιπα ίσως μιας εποχής κατά την οποία οι «θέσεις του νερού», διάσπαρτες στο χώρο, εκτός από την πρακτική τους χρησιμότητα, ήταν ταυτόχρονα κόμβοι κοινωνικών, τελετουργικών ή και άλλων συναντήσεων, συνδεδεμένων με το βασικό συστατικό της ζωής, το νερό. Σήμερα, οι κρήνες σε ένα χώρο δίνουν μια διάσταση ρομαντική και ευχάριστη και, σε συνδυασμό και με άλλες κατασκευές (σιντριβάνια, λιμνούλες κτλ.), μπορούν να δημιουργήσουν ένα κλίμα γαλήνης, ευφορίας και χαλάρωσης.

Ανάλογα με τη θέση τους, τα υλικά κατασκευής τους και το είδος του κρουνοῦ, οι κρήνες μπορούν να είναι η διακριτική συνέχεια άλλων στοιχείων ή να δημιουργούν μια γωνιά ξεχωριστού ενδιαφέροντος.

Τα υλικά και η μορφή τους παλιότερα ήταν συνδεδεμένα με τον τόπο όπου υπήρχαν. Κυρίαρχο υλικό κατασκευής ήταν οι πέτρες εμφανείς ή ασβεστωμένες, ανάλογα με το αν τις συναντούσαμε σε ηπειρωτική ή νησιωτική περιοχή. Επίσης, υπήρχαν μαρμάρινες κρήνες σκαλισμένες με διάφορες παραστάσεις μνημειακού ύφους και, πολλές φορές, με μαρμάρινους κρουνοὺς σε διάφορες μορφές, όπως κεφαλές ζώων, πουλιών κτλ.

Μπορούμε να κατασκευάσουμε κρήνες με παραδοσιακά ή σύγχρονα υλικά ή να τις βρούμε έτοιμες, προκατασκευασμένες, στο εμπόριο. Στην περίπτωση αυτή μπορεί να είναι εντελώς διαμορφωμένες ή να έχουμε τη δυνατότητα να επέμβουμε, π.χ. να τις σοβατίσουμε, να τις βάψουμε, να επικολλήσουμε υλικά (βότσαλα, έτοιμους ρόδακες, πλακίδια κτλ.) Βέβαια, τον καθαρά λειτουργικό ρόλο της κρήνης παίζει σήμερα, ο ψύκτης νερού τον οποίο συναντάμε συνήθως στα fast food.

Αυτό που πρέπει να προσέξουμε κατά τον σχεδιασμό μιας κρήνης είναι το είδος και η μορφή του κρουνοῦ. Σε μια βρύση παραδοσιακή ο κρουνοῦς πρέπει να είναι ανάλογης μορφής, απλός και διακριτικός, όπως ένας απλός σωλήνας, ένα κεραμίδι κτλ. Σε μια βρύση περίτεχνη, ο κρουνοῦς μπορεί να είναι μαρμάρινος ή από ανοξείδωτο μέταλλο σε διάφορες μορφές.

Γ. 9 ΚΑΛΑΘΙΑ ΑΧΡΗΣΤΩΝ

Όπως για κάθε είδους «κατασκευή», έτσι και για τις υπαίθριες κατασκευές η σωστή λειτουργία και η καλαίσθητη εμφάνιση προϋποθέτει καλή συντήρηση και πρόνοια για την αποφυγή κάθε είδους ρύπανσης.

Η πιο εμφανής ρύπανση, και αυτή που άμεσα θίγει την εικόνα ενός χώρου, είναι τα απορρίμματα, που μπορεί να προέρχονται είτε από αυτούς που παραμένουν και χρησιμοποιούν το χώρο είτε από τους περαστικούς. Γι' αυτό είναι απαραίτητη η τοποθέτηση δοχείων απορριμμάτων στις κατάλληλες θέσεις.

Η ιδιαιτερότητα που έχουν τα αντικείμενα αυτά είναι ότι από τη μία πρέπει να είναι καλαίσθητα και από την άλλη πρέπει να είναι εμφανής ο ρόλος τους και η λειτουργία τους, ώστε να μην παραπλανούν με την εμφάνισή τους.

Μπορούμε να βρούμε στην αγορά διάφορα είδη καλαθιών για άχρηστα, από μέταλλο, πλαστικό, κεραμικό, ή τσιμέντο, τα οποία μπορούμε να τοποθετήσουμε οπουδήποτε, ή σε κατάλληλα διαμορφωμένες θέσεις, έτσι ώστε να μην αποκρύπτεται ο ρόλος τους.

Τη θέση και τη χρήση των καλαθιών μπορούμε να υποδείξουμε με πρωτότυπες ενδείξεις και σημάνσεις. Αν δεν υπάρχουν διαφορετικά καλάθια για στερεά και υγρά απορρίμματα (π.χ. μισογεμάτα κουτάκια αναψυκτικών) καλό είναι να εξασφαλίζουμε τη δυνατότητα του δοχείου να συγκρατεί όλα τα είδη των απορριμμάτων, ακόμη και αναμμένα τσιγάρα. Είναι άθλιο το θέαμα καλαθιών που στραγγίζουν το υγρό περιεχόμενό τους ή που καίγονται από το αποτσιγάρο κάποιου αδιάφορου περαστικού.

Επίσης, στην αγορά υπάρχουν και δοχεία από ανακυκλωμένα υλικά. Σ' αυτή την περίπτωση μπορούμε να τονίσουμε αυτό το χαρακτηριστικό τους, παροτρύνοντας έτσι και τον κόσμο να λειτουργήσει προς αυτή την κατεύθυνση.

Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο που πρέπει να προσέξουμε, όταν επιλέγουμε καλάθια αχρήστων, είναι να καλύπτεται το άνοιγμα με τέτοιο τρόπο, ώστε να αποφεύγονται τόσο οι οσμές όσο και η προσέλκυση εντόμων. Επίσης, πρέπει να είναι σχεδιασμένα και κατασκευασμένα με τέτοιο τρόπο ώστε να μην αναγκάζεται ο χρήστης να έρχεται σε επαφή με το περιεχόμενό τους, όταν τα χρησιμοποιεί ή όταν τα αδειάζει.

Γ. 10 ΦΩΤΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΧΩΡΟΥ

Γ. 10.1 ΦΥΣΙΚΟΣ ΦΩΤΙΣΜΟΣ



γ.35 Οι φωτεινές περιοχές στον τοίχο μάς βοηθούν να εντοπίσουμε τη σκάλα και διευκολύνουν το ανέθασμα και το κατέθασμα.

Το αίσθημα άνεσης που έχουμε, όταν καθόμαστε ή κινούμαστε σε έναν ανοιχτό χώρο, συνδέεται κυρίως με την ένταση και τη σωστή κατανομή του φωτισμού που υπάρχει σ' αυτόν. Μπορεί, δηλαδή, να είναι υπερβολικός (π.χ. δίπλα σε παραλίες ή μεγάλα ανοιχτόχρωμα πλακόστρωτα) ή ανεπαρκής (π.χ. μέσα σε πυκνοφυτεμένους χώρους ή χώρους περικλειστούς που είναι διαρκώς σκιασμένοι). Ανάλογα με την περίπτωση, το ζητούμενο είναι να περιοριστεί ο περιττός φωτισμός ή να αυξηθεί ο ελλιπής.

Στην πρώτη περίπτωση για τη διαμόρφωση του χώρου επιλέγουμε υλικά και εξοπλισμό χαμηλής ανακλαστικότητας, ουδέτερα χρώματα και υλικά σκίασης. Αντίθετα, στη δεύτερη περίπτωση, τα υλικά πρέπει να έχουν τις αντίθετες ακριβώς ιδιότητες.

Γ. 10.2 ΤΕΧΝΗΤΟΣ ΦΩΤΙΣΜΟΣ

Ανάλογα με τις ανάγκες και τη λειτουργία του ανοιχτού χώρου, ο τεχνητός φωτισμός μπορεί να είναι:

1. γενικός φωτισμός όλου του χώρου,
2. φωτισμός για τη διευκόλυνση της κίνησης (μονοπάτια, σκαλοπάτια, διάδρομοι),
3. φωτισμός για την ανάδειξη ξεχωριστών στοιχείων της διακόσμησης του χώρου (κρήνες, φυτά, πίδακες, γλυπτά κτλ.),
4. διακοσμητικός φωτισμός.

Συνήθως, σε ανοιχτούς χώρους με εμπορική δραστηριότητα εφαρμόζεται, ή πρέπει να εφαρμόζεται, συνδυασμός των παραπάνω ειδών φωτισμού.

Για το γενικό φωτισμό χρησιμοποιούμε φωτιστικά σώματα τοποθετημένα σε ψηλά στηρίγματα ή σε υπάρχοντα στοιχεία της διαμόρφωσης του χώρου (οριζόντια ή κατακόρυφα σε πέργκολες, κιγκλιδώματα ή τοίχους, όταν υπάρχουν).



γ.36 Τα φώτα στις άκρες του παρτεριού το διαχωρίζουν από το διάδρομο και ορίζουν την περιοχή κίνησης.

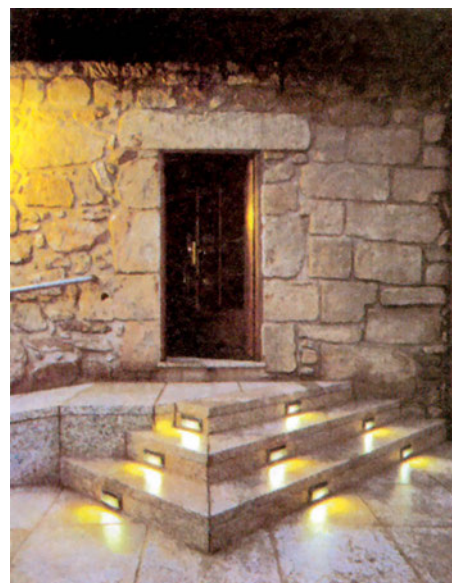
Για το φωτισμό περιοχών που ορίζουν άξονες κίνησης (διάδρομοι, σκάλες κτλ.) τα φωτιστικά σώματα τοποθετούνται σε χαμηλά στηρίγματα, με φωτεινή δέσμη κατευθυνόμενη προς τα κάτω ή ενσωματωμένη σε δομικά στοιχεία του χώρου (π.χ. στα πλαϊνά της σκάλας, στα ρίχτια της, στα όρια των πεζουλιών, στην πλακόστρωση μονοπατιών κτλ.) (εικ. γ.35 - γ.36 - γ.37 - γ.38).

Όσον αφορά το φωτισμό των φυτών, οι επιλογές ποικίλουν, ανάλογα με το ύψος τους, το είδος και το χρώμα του φυλλώματος και των λουλουδιών τους. Μπορεί να είναι λαμπτήρες που αποδίδουν τα φυσικά χρώματα ή λαμπτήρες με διάφορα φίλτρα, που αλλάζουν τη χρωματική εντύπωση των φυτών. Κατάλληλοι τρόποι φωτισμού για θάμνους και χαμηλά φυτά είναι τα χαμηλά φωτιστικά ευρείας ή στενής δέσμης ή προβολείς χωμένοι μέσα σε θάμνους, πιθάρια, βραχουσυνθέσεις κτλ.

Όταν υπάρχουν λιμνούλες ή σιντριβάνια, εκτός από τον εξωτερικό φωτισμό, μπορούμε να εφαρμόσουμε και εσωτερικό φωτισμό, με λάμπες οπτικών ινών ή άλλου είδους, που απαιτούν όμως πολύ καλή στεγάνωση.

Τα φωτιστικά εξωτερικού χώρου πρέπει να είναι ανθεκτικά στις καιρικές συνθήκες και να έχουν καλά μονωμένα καλώδια και κιβώτια εξόδου, είτε αυτά είναι πασσαλωμένα κατευθείαν στο έδαφος είτε βρίσκονται πάνω σε βάση.

Πριν από την επιλογή των φωτιστικών και του τρόπου τοποθέτησής τους, αυτό που προέχει, όταν πρόκειται να φωτίσουμε έναν εξωτερικό χώρο, είναι να αποφασίσουμε τι είδους φωτισμό επιδιώκουμε. Υπάρχουν λειτουργίες και περιοχές όπου πρέπει ο φωτισμός να είναι πανοραμικός και σχετικά ομοιόμορφος, άλλες που απαιτούν τμήματα περισσότερο φωτισμένα και άλλες που απαιτούν συνδυασμό των δύο περιπτώσεων.



γ.37 Τα φώτα στα ρίχτια της σκάλας δείχνουν τις πορείες ανάβασης, ενώ ταυτόχρονα οι φωτεινές κηλίδες «χρωματίζουν» το λιτό περιβάλλον.



γ.38 Οι διάσπαρτες στα κλαδιά λάμπες φωτίζουν όλη τη διαδρομή και ταυτόχρονα καθορίζουν τα όρια του χώρου.

Γ. 11 ΦΩΤΙΣΤΙΚΑ (ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ)

Με τον όρο φωτιστικά εννοούμε το σύνολο του ηλεκτρολογικού εξοπλισμού (λαμπτήρας, καλώδια, ντουί κτλ.) και του φωτιστικού σώματος που τα φέρει. Τα φωτιστικά σώματα αποτελούνται από τα εξής μέρη:

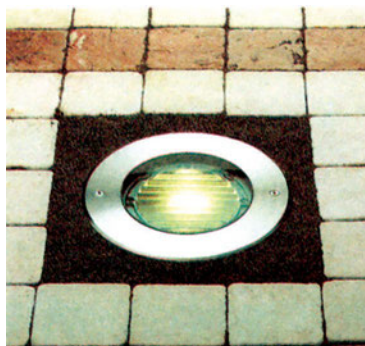
- α) το σώμα υποδοχής του λαμπτήρα,
- β) τη βάση του φωτιστικού,
- γ) ανακλαστήρες ή συστήματα φακών για αλλαγή της φωτεινής δέσμης,
- δ) αντιθαμβωτικά εξαρτήματα (καλύμματα).



γ.39 Φωτιστικά τοποθετημένα απευθείας στο έδαφος χωρίς κορμό-φανοστάτη.

Το «σώμα υποδοχής» του λαμπτήρα μπορεί να έχει διάφορες μορφές. Οι μορφές αυτές μπορεί να προέρχονται από σύγχρονες αντιλήψεις για το σχεδιασμό ή να μιμούνται παλιότερες ή παραδοσιακές φόρμες. Επίσης, μπορεί να κρύβουν το λαμπτήρα ή να τον αφήνουν ακάλυπτο. Το υλικό μπορεί να είναι μέταλλο, ειδικά επεξεργασμένο πλαστικό, κεραμικό, γυαλί, κρύσταλλο ή συνδυασμός κάποιων από αυτά.

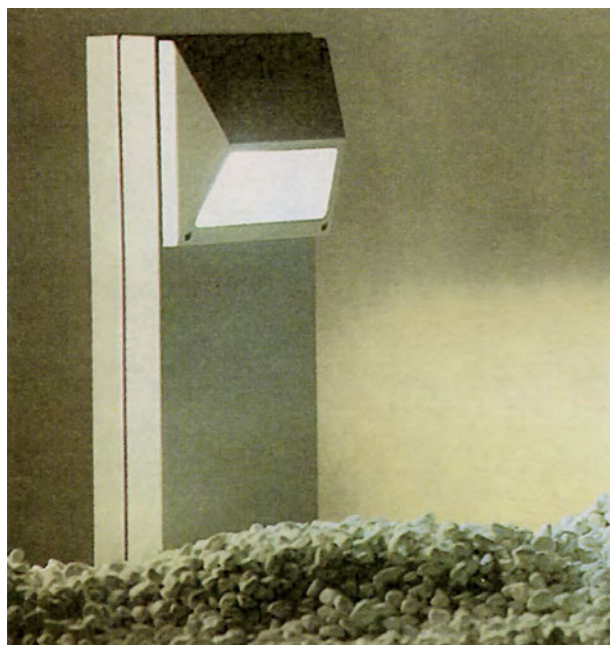
Η βάση του φωτιστικού (ο κορμός του ή αλλιώς φανοστάτης) μπορεί να είναι ψηλή ή χαμηλή ή και να μην υπάρχει καθόλου, όταν το φωτιστικό τοποθετείται κατευθείαν στο έδαφος ή πάνω σε τοίχο. Μπορεί να έχει διάφορα σχήματα και μορφές και να φέρει έναν ή περισσότερους λαμπτήρες. Τα φωτιστικά εξωτερικού χώρου είναι κατά κανόνα σταθερά τοποθετημένα. Μερικές φορές είναι χωνευτά, δηλαδή δεν προεξέχουν από τον τοίχο ή το έδαφος (εικ. γ.39 - γ.40 - γ.41 - γ.42 - γ.43).



γ.40 Τα φωτιστικά, απευθείας τοποθετημένα στο δάπεδο, συμμετέχουν στη διακοσμική σύνθεση ισότιμα με τα άλλα υλικά.



γ.41 Επιτοίχια φωτιστικά με διακοσμητικό φανοστάτη.



γ.42 Επιδαπέδιο φωτιστικό από μέταλλο και πλαστικό, με χαμηλό κορμό και σταθερή κατεύθυνση φωτός.



γ.43 Επιδαπέδιο φωτιστικό με μεταλλικό κορμό, το οποίο διαχέει το φως προς όλες τις κατευθύνσεις.

Αρκετά συχνά, τα φωτιστικά εξωτερικού χώρου έχουν και κάποια εξαρτήματα που καθορίζουν ή αλλάζουν την κατεύθυνση της δέσμης. Αυτά λειτουργούν ως αντιθαμβωτικά ή προστατεύουν τους λαμπτήρες και μπορεί να έχουν τη μορφή σίτας ή γρίλιας, κυρίως σε επιτοίχια ή σε κατευθείαν πάνω στο έδαφος φωτιστικά, ή να μοιάζουν με καπέλα (γείσα), σε φωτιστικά με κορμό.

Σήμερα, η σύγχρονη τεχνολογία μας δίνει τη δυνατότητα να έχουμε πολύ μοντέρνες μορφές φωτιστικών, στα οποία δεν υπάρχει αυτός ο διαχωρισμός των μερών. Μπορούμε π.χ. να δούμε ολόφωτες στήλες ή σφαίρες ή άλλα αντικείμενα, που λειτουργούν ταυτόχρονα και ως αυτόνομα διακοσμητικά στοιχεία και ως μέσα φωτισμού (εικ. γ.44-γ.45). Επίσης, μας προσφέρει τη δυνατότητα εξοικονόμησης ενέργειας με την εκμετάλλευση του ηλιακού φωτός. Υπάρχουν δηλαδή φωτιστικά που φέρουν ηλιακό συσσωρευτή για τη μετατροπή της ηλιακής ενέργειας σε ηλεκτρική (εικ γ.46).

Εξακολουθούμε βέβαια να έχουμε στη διάθεσή μας και τον παραδοσιακό τρόπο φωτισμού, δηλαδή τη ζωντανή φλόγα στα κεριά, στα καντηλιέρια, στις δάδες, στα λυχνάρια, που δίνει ιδιαίτερη ζεστασιά στο χώρο (εικ. γ.47 - γ.48).



γ.46 Φωτιστικά δαπέδου ηλιακής φόρτισης. Διακρίνουμε την κατοπτρική επιφάνεια, που λειτουργεί σαν ηλιακός συλλέκτης.



γ.44 Ολόφωτες φωτιστικές στήλες από plexiglass που φωτίζουν και ταυτόχρονα διακοσμούν το χώρο.



γ.45 Στο πέτρινο γλυπτό-φωτιστικό το φως λειτουργεί κυρίως ως διακοσμητικό στοιχείο.

γ.47 Η μικρή φλόγα στο επιδαπέδιο πέτρινο κηροπήγιο δίνει μια αίσθηση ζεστασιάς στο χώρο.



γ.48 Πέτρινο σταθερό φωτιστικό εξωτερικού χώρου που, από το σχεδιασμό του, φέρει θέση για λυχνάρι.





EXTRA
Μουλά
με φρούτα



Δ. ΜΑΚΕΤΑ

Δ. 1 ΙΣΤΟΡΙΚΑ

Από τον 8ο αιώνα π.Χ. έχουμε πήλινη μακέτα ναού από το Άργος και πολλά χάλκινα ή σιδερένια ομοιώματα από άμαξες και έπιπλα (ένας τύπος τραπέζιού με τρία πόδια και μία καρέκλα) από τους τάφους της Σίνδου (550-500 π.Χ.). Δεν ξέρουμε για ποια χρήση κατασκεύαζαν οι αρχαίοι αυτές τις μακέτες. Μόνο υποθέσεις μπορούμε να κάνουμε έχοντας υπόψη τα σημεία όπου βρέθηκαν. Έτσι, το πιο πιθανό είναι να είχαν χρήση λατρευτική ως αναθήματα και κτερίσματα με συμβολικό χαρακτήρα, και, σπανιότερα, να χρησιμοποιούνταν ως διακοσμητικά ή ως παιχνίδια (εικ. δ.1 - δ.2).

Στην Αναγέννηση ξέρουμε ότι οι διαγωνισμοί για την ανάθεση ενός μεγάλου έργου συμπεριλάμβαναν, εκτός των σχεδίων, και μακέτες (εικ. δ.3 - δ.4).

Στο 18ο αιώνα τα κουκλόσπιτα και όλες οι μινιατούρες από αντικείμενα καθημερινής χρήσης αποτελούσαν αντικείμενα συλλογής αλλά και παιχνίδια για τους μικρότερους (εικ. δ.5).

Στις αρχές του 20ού αιώνα η αναζήτηση της φόρμας, η χρήση νέων υλικών και, γενικά, η δυνατότητα επιλογής των υλικών σχεδόν απαιτούσε την κατασκευή της μακέτας στη φάση της μελέτης ενός έργου (εικ. δ.6).

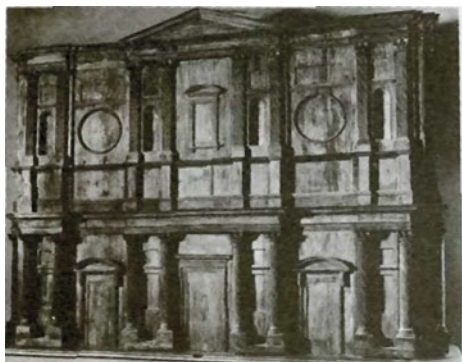
Σήμερα, εξακολουθούν να γίνονται μακέτες, είτε για αρχιτεκτονικά έργα είτε για βιομηχανικά παραγόμενα αντικείμενα, των οποίων ο σκοπός και η χρήση θα αναλυθούν παρακάτω.



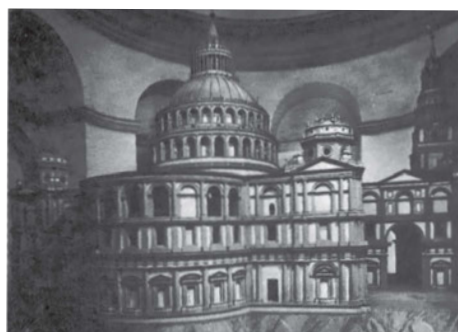
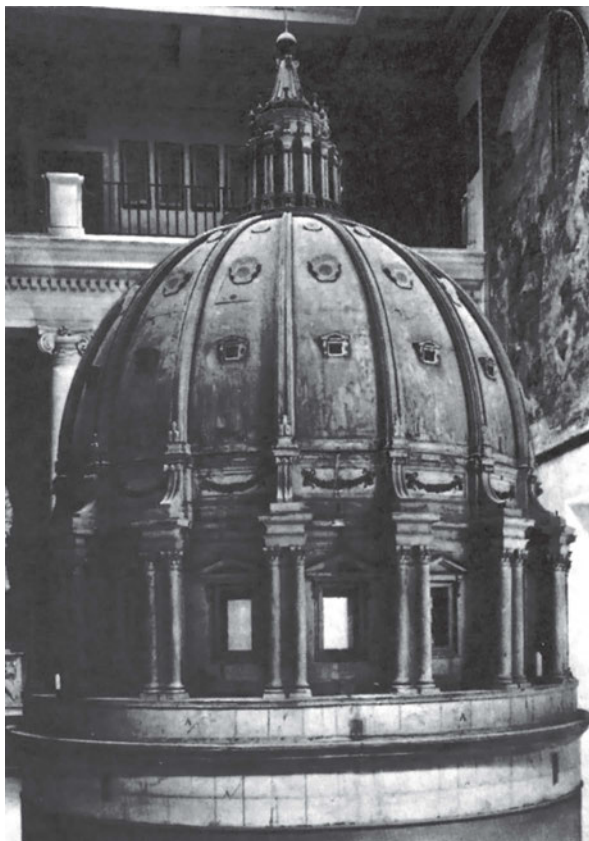
δ.1 Πήλινο ομοίωμα οικίσκου από την 5η χιλιετία π.Χ.



δ.2 Συντηρημένη πήλινη μακέτα του 1600 π.Χ. από τις Αρχάνες της Κρήτης.



6.3 Ξύλινη μακέτα για την πρόσοψη του Σαν Λορέντζο, έργο του Μιχαήλ Αγγέλου, του 1517 περίπου. Οικία Μπουοναρότι, Φλωρεντία.



6.4 Ξύλινες μακέτες του 16ου αιώνα που φυλάσσονται στο μουσείο Αγίου Πέτρου της Ρώμης. Αριστερά: έργο του Αντόνιο ντα Σανγκάλο για την εκκλησία του Αγ. Πέτρου. Δεξιά: έργο του Μιχαήλ Αγγέλου για τον τρούλο του Αγίου Πέτρου.

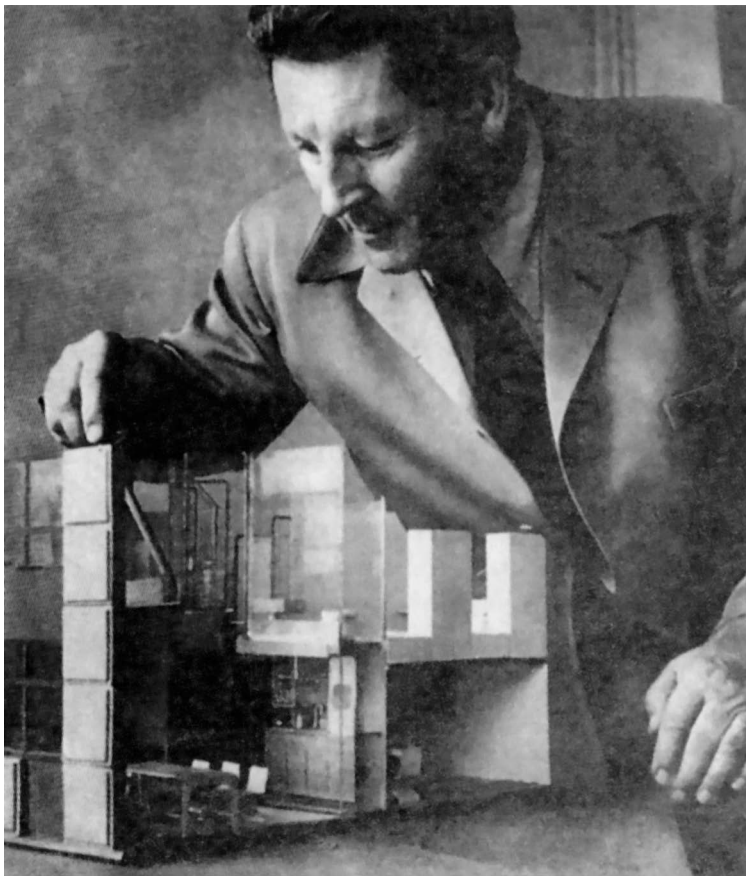


6.5 Εξωτερική και εσωτερική άποψη σύγχρονου κουκλόσπιτου κατασκευασμένου σύμφωνα με τα παλιά πρότυπα.

Δ. 2 Η ΠΛΑΣΤΙΚΗ (ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΗ) ΜΑΚΕΤΑ

Τον όρο «μακέτα» τον συναντάμε σε διάφορους χώρους παραγωγής. Έτσι, ανάλογα με το προϊόν με το οποίο συνδέεται, χαρακτηρίζεται ως διαφημιστική, γραφιστική ή πλαστική μακέτα. Ανεξάρτητα από το χώρο παραγωγής ή το προϊόν με το οποίο συνδέεται, η μακέτα είναι η παρουσίαση μιας ολοκληρωμένης πρότασης που προκύπτει από μια μελέτη και μπορεί να αφορά ένα διαφημιστικό έντυπο, το εξώφυλλο ενός βιβλίου ή την κατασκευή ενός κτιρίου ή ενός αντικειμένου.

Η πλαστική μακέτα διαχωρίζεται από τους άλλους τύπους μακέτας ως προς το ότι αναπτύσσεται στις τρεις διαστάσεις. Ο χαρακτηρισμός της δεν προσδιορίζει το υλικό της κατασκευής της, αλλά την ιδιότητά της να διαπλάθει όγκους. Για το λόγο αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμη κατά τη μελέτη και κατά την παρουσίαση μιας τρισδιάστατης κατασκευής, όπως είναι, για παράδειγμα, ένα κτίριο ή ένα έπιπλο. Είναι μέρος της μελέτης, γι' αυτό ακολουθεί και αυτή, όπως και τα σχέδια, μια συγκεκριμένη κλίμακα, ώστε να αποδώσει με ακρίβεια το τελικό αποτέλεσμα.



δ.6 Ο G.T. Rietvelt ενώ επιδεικνύει μακέτα του με εσωτερική διαμόρφωση.

Δ. 3 ΕΙΔΗ ΜΑΚΕΤΑΣ

Οι μακέτες μπορούν να χωριστούν σε δυο μεγάλες κατηγορίες, ανάλογα με το σκοπό τον οποίο εξυπηρετούν. Είναι οι μακέτες εργασίας και οι μακέτες παρουσίασης.

Δ. 3.1 ΜΑΚΕΤΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Οι μακέτες αυτές δεν έχουν πολλές λεπτομέρειες, αλλά καταγράφουν όλους τους βασικούς όγκους που συνθέτουν το έργο μας. Γι' αυτό μας βοηθούν να κατανοήσουμε το χώρο τον οποίο μελετάμε στο σύνολό του και στα επιμέρους τμήματά του και μας δίνουν τη σχέση των όγκων που αποτελούν την κατασκευή. Έτσι, μπορούμε να κάνουμε διορθωτικές επεμβάσεις εύκολα και άμεσα, μετακινώντας τους διάφορους όγκους και δίνοντας γρήγορα τη δυνατότητα πολλών εναλλακτικών λύσεων. Είναι ιδιαίτερα χρήσιμες στη μελέτη εξωτερικών χώρων και, κυρίως, όταν υπάρχουν υψομετρικές διαφορές οι οποίες γίνονται δύσκολα κατανοητές με οποιονδήποτε συνδυασμό αρχιτεκτονικών σχεδίων. Όσα σχέδια κατόψεων, όψεων, αξονομετρικά ή προοπτικά και αν έχουμε, δεν μπορούμε να κατανοήσουμε τις ιδιαιτερότητες ενός εξωτερικού χώρου τόσο καλά, όσο με μια, έστω και πρόχειρη, μακέτα. Οι μακέτες αυτές εξυπηρετούν κατά κύριο λόγο τον μελετητή, έχουν δηλαδή ερευνητικό χαρακτήρα, και αποτελούν μέρος της διαδικασίας σχεδιασμού του χώρου και όχι μέρος της παρουσίασής του.



δ.7 Μακέτες κτιρίων και εξωτερικού χώρου του αρχιτέκτονα Hundertwasser, στη δεκαετία του 1980.

Δ. 3.2 ΜΑΚΕΤΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ

Οι μακέτες αυτές παρουσιάζουν την τελική εικόνα της κατασκευής και συμπληρώνουν την πρόταση μελέτης. Συνοδεύουν τα σχέδια παρουσίασης, κάνοντας την πρόταση πιο κατανοητή στον παρατηρητή. Γι' αυτό εμφανίζονται σ' αυτές όλα τα στοιχεία με τις λεπτομέρειές τους και αποδίδονται, όσο γίνεται πιο ρεαλιστικά, όλα τα χαρακτηριστικά τους, όπως είναι το χρώμα και τα υλικά. Απευθύνονται, δηλαδή, κυρίως στους αποδέκτες της μελέτης (εικ. δ.7). Συχνά, χρησιμοποιούνται από αυτούς και μετά την ολοκλήρωση της κατασκευής του έργου ως διακοσμητικό ή διαφημιστικό στοιχείο στον επαγγελματικό χώρο τους π.χ. μακέτες οικισμών σε κατασκευαστικές εταιρείες, μακέτες πλοίων σε ναυτιλιακές εταιρείες κτλ.

Δ. 4 Η ΚΛΙΜΑΚΑ ΣΤΗ ΜΑΚΕΤΑ

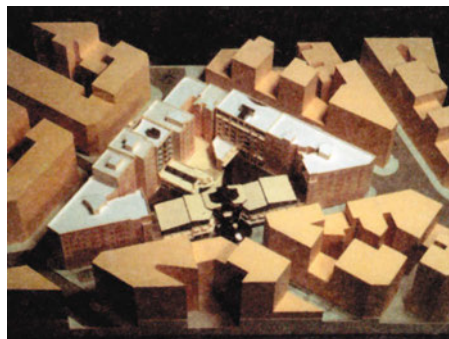
Ανεξάρτητα από το αν πρόκειται για μακέτες εργασίας ή παρουσίασης, μπορούμε να κατασκευάσουμε μακέτες σε διάφορες κλίμακες. Συχνά, βέβαια, η κλίμακα σχετίζεται και με το είδος της μακέτας, και το συσχετισμό αυτό θα τον τονίσουμε παρακάτω.

Δ. 4.1 ΜΑΚΕΤΕΣ ΣΕ ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΠΟ 1:100 ΚΑΙ ΠΑΝΩ

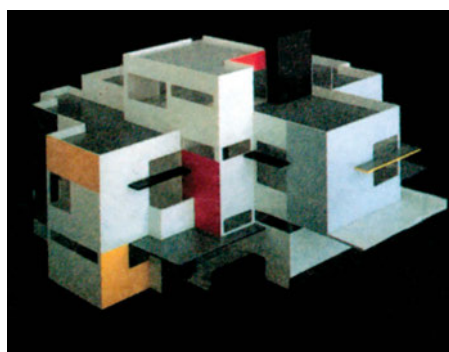
Αυτές οι κλίμακες χρησιμοποιούνται για χωροταξικά και πολεοδομικά σχέδια. Πρόκειται για μακέτες που παρουσιάζουν τους βασικούς όγκους της κατασκευής μόνο, καθώς η ίδια η κλίμακα περιορίζει τη δυνατότητα απεικόνισης λεπτομερειών. Οι μακέτες αυτές δηλαδή είναι κατά κανόνα ογκομετρικές (εικ. δ.8).

Δ. 4.2 ΜΑΚΕΤΕΣ ΣΕ ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΠΟ 1:10 ΕΩΣ 1:50

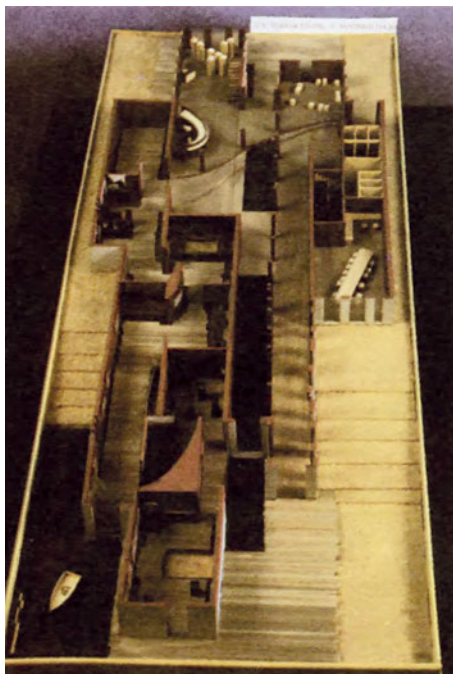
Τέτοιες κλίμακες χρησιμοποιούνται για αρχιτεκτονικά έργα και σχέδια διακόσμησης εσωτερικού χώρου. Οι μακέτες αυτές παρουσιάζουν κατασκευές κτιρίων ή τμημάτων τους. Μπορεί να περιορίζονται στην απεικόνιση της εξωτερικής μορφής τους ή να παρουσιάζουν και τον εσωτερικό χώρο τους. Στη δεύτερη περίπτωση μπορεί η οροφή ή κάποιοι τοίχοι να ανοίγουν ή να αφαιρούνται, να είναι κατασκευασμένοι από κάποιο διαφανές υλικό ή να μην υπάρχουν καθόλου, ώστε να επιτρέπεται η θέαση του εσωτερικού χώρου. Εκτός βέβαια από την εξωτερική μορφή ή τη διαμόρφωση του εσωτερικού χώρου, μπορούμε με ακρίβεια να παρουσιάσουμε και τη διαμόρφωση του εξωτερικού χώρου. Όταν η κλίμακα το επιτρέπει, μπορούμε να δείξουμε λεπτομέρειες του χώρου, π.χ. έπιπλα και εξοπλισμό του εσωτερικού ή φυτά και κατασκευές του εξωτερικού χώρου. Αυτό μπορούμε να το υλοποιήσουμε στις κλίμακες από 1:10 μέχρι 1:25. Έτσι, σ' αυτές τις κλίμακες μπορούμε να αποδώσουμε τους πάγκους ή τα δοκιμαστήρια ενός καταστήματος, μια ειδική κατασκευή με ράφια για τα ποτά σε ένα εστιατόριο, μια ανάγλυφη διακόσμηση στον τοίχο μιας εταιρείας, ένα στέγαστρο ή μια κρήνη σε έναν εξωτερικό χώρο (εικ. δ.9 - δ.10 - δ.11 - δ.12). Υπάρχουν περιπτώσεις κατά τις οποίες βρίσκουμε έτοιμο κάποιο αντικείμενο που θα χρειαστούμε για τη μακέτα,



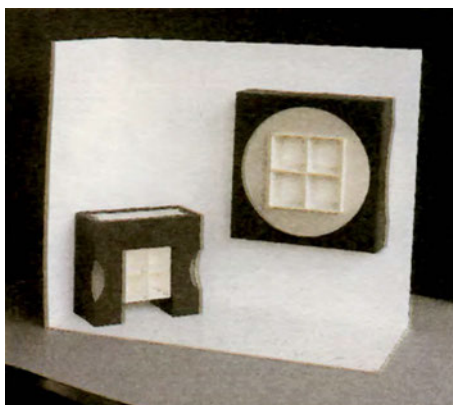
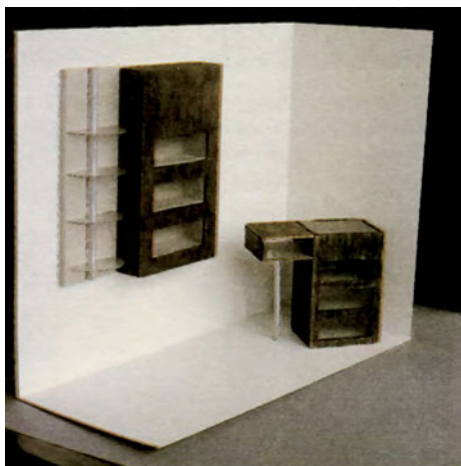
δ.8 Μακέτα, σε πολεοδομική κλίμακα, που παρουσιάζει την περιοχή του θέματος αναλυτικά και τη γύρω περιοχή ογκομετρικά.



δ.9 Μακέτα των αρχιτεκτόνων Theo van Doesburg και Cornelis van Eesteren, στο χαρακτηριστικό ύφος του De Stijl, στη δεκαετία του 1920.



δ.10 Μακέτα εσωτερικού χώρου στην οποία φαίνονται τα δομικά στοιχεία και ο εξοπλισμός της.



δ.11 Επιτραπέζιο και επιτοίχιο εκθετήριο σε μακέτες κλίμακας 1:10 (μαθητικές εργασίες).

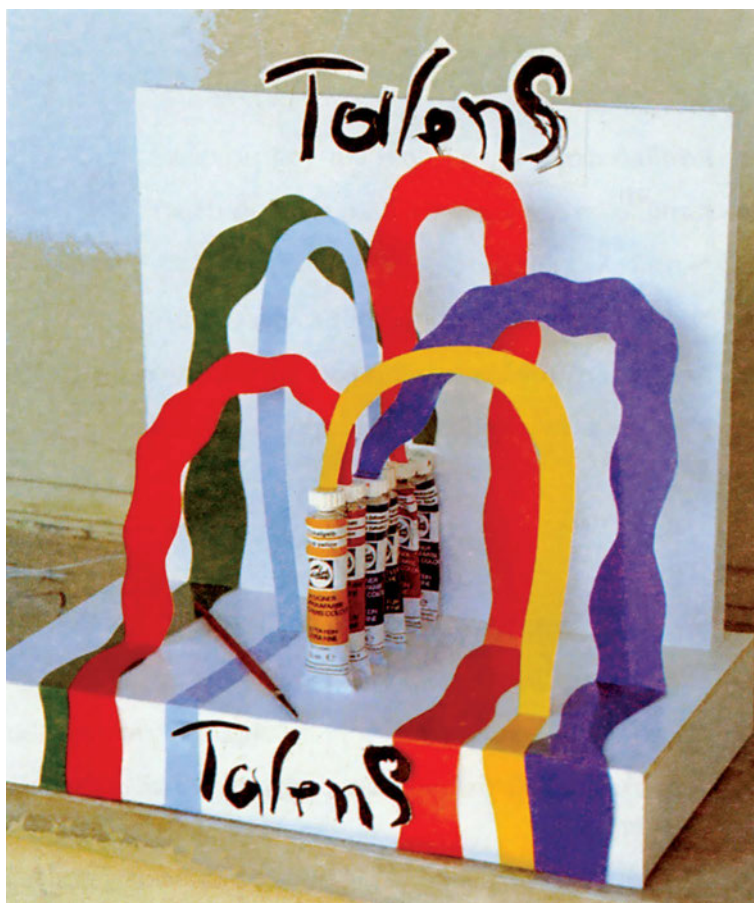
συνήθως το πιο δύσκολο να κατασκευαστεί και να αποδοθεί σωστά, όπως κούκλες για τη βιτρίνα, αυτοκινητάκια ή και τρενάκια σε διάφορα μεγέθη. Αυτό το αντικείμενο καθορίζει και την κλίμακα που θα επιλέξουμε για την μακέτα μας, η οποία μπορεί να ξεφεύγει από τις συνηθισμένες κλίμακες. Για παράδειγμα, αν θέλουμε να κατασκευάσουμε μια μακέτα για ένα χώρο έκθεσης αυτοκινήτων, και τα μοντέλα-αυτοκίνητα που έχουμε στη διάθεσή μας είναι στην κλίμακα 1:16 είναι λογικό να προσαρμόσουμε όλα τα στοιχεία της κατασκευής στην κλίμακα 1:16.



δ.12 Μακέτες, σε κλίμακα 1:10, για ανάγλυφη διακόσμηση τοίχου σε fast food και σε κέντρο τεχνητής γονιμοποίησης. Τα υλικά κατασκευής είναι φελλός και μπάλα στην επάνω και συνθετικός πηλός και χαρτοπολτός στην κάτω (μαθητικές εργασίες).

Δ. 4.3 ΜΟΝΤΕΛΟ ΣΕ ΚΛΙΜΑΚΕΣ ΑΠΟ 1:1 ΜΕΧΡΙ 1:5

Είναι η μακέτα που χρησιμοποιείται συνήθως για έπιπλα, για μικρά αντικείμενα, αλλά και για ανεξαρτήτως μεγέθους βιομηχανικά παραγόμενα προϊόντα. Για πολλά από αυτά τα αντικείμενα η σχέση τους με τις ανθρωπομετρικές διαστάσεις και η δοκιμή στη χρήση είναι σημαντικές για την εξέλιξη του σχεδιασμού τους. Υπάρχουν περιπτώσεις που αυτή η μακέτα είναι στην ουσία ένα πρότυπο προϊόν που κατασκευάζεται με όλες τις λεπτομέρειες και με τα ίδια υλικά που θα χρησιμοποιηθούν και για τη μαζική παραγωγή του. Σ' αυτές τις περιπτώσεις κατασκευάζονται μακέτες σε κλίμακα 1:1, που ονομάζονται και μοντέλα. Κατά το σχεδιασμό επαγγελματικών χώρων οι κλίμακες αυτές προσφέρονται για τη μελέτη μικρών αλλά σημαντικών στοιχείων του χώρου. Τέτοια μπορεί να είναι το πόμολο της εισόδου, το εκθετήριο για ένα προϊόν, μια κατασκευή στο χώρο της βιτρίνας ή και ο τρόπος στήριξής της μόνο (εικ. δ.13).



δ.13 Μακέτα διαφημιστικού εκθετηρίου σε κλίμακα 1:1 μαζί με το φάκελο των σχεδίων του (μαθητική εργασία).

Δ. 5 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΜΑΚΕΤΑ

Κατά την κατασκευή μιας μακέτας, χρησιμοποιούμε διάφορα εργαλεία για το σχεδιασμό, την κοπή και την μορφοποίηση των στοιχείων της. Έτσι, όπως θα δούμε παρακάτω, χρησιμοποιούμε τα όργανα σχεδίασης, εργαλεία «ειδικά» για την κατασκευή μακέτας και εργαλεία που χρησιμοποιούνται και σε άλλες εφαρμογές και τεχνικές (εικ. δ.14 - δ.15).

Επίσης, υπάρχουν εργαλεία που πρέπει να προμηθευτεί ο κάθε μαθητής και άλλα που αποτελούν τον εξοπλισμό του σχολικού εργαστηρίου. Ο διαχωρισμός τους γίνεται στον κατάλογο που ακολουθεί με το σύμβολο [*].

- Μολύβια (μαλακό και σκληρό)
- Τρίγωνα σχεδίασης
- Χάρακας με αφετηρία μέτρησης στην άκρη του
- Κλιμακόμετρο
- Διαβήτη (με προέκταση και δεύτερη μύτη για να μετατρέπεται σε διαστημόμετρο)
- *Ειδική επιφάνεια κοπής
- Μεταλλικός χάρακας
- Κοπίδια φαρδιά για βαριά και χοντρά υλικά
- Κοπίδια στενά για λεπτά και ελαφρά υλικά
- *Κοπίδι για κύκλους
- *Κοπίδι για να διαμορφώνουμε λοξές ακμές
- Λεπίδες -ανταλλακτικά για όλα τα παραπάνω κοπίδια
- Ψαλίδια για να κόβουμε υφάσματα και λεπτά μεταλλικά φύλλα
- *Τρυπανάκι
- *Πριονάκι
- *Εργαλεία κοπής για φελιζόλ
- *Κόφτης για σύρμα
- *Πενσάκι για να μορφοποιούμε το σύρμα (μυτοσίμπιδο)
- *Εργαλεία για ανάγλυφη διαμόρφωση μεταλλικών φύλλων (γλυφίδες)
- *Παχύμετρο για να μετράμε μικρές διαστάσεις και πάχος υλικών

- *Σπάτουλες για να δουλεύουμε τον πηλό και την πλαστελίνη
- *Πιστολάκι θερμοκόλλησης και ράβδοι σιλικόνης
- *Κολλητήρι και καλάι
- Πινέλα και σπάτουλα για κόλλες
- Πινέλα για χρώματα
- *Νήμα της στάθμης (βαρίδι ή σαούλι)
- *Αλφάδι
- Γυαλόχαρτα σε διάφορες σκληρότητες
- *Τσιμπίδες και λαβίδες
- *Μέγκενη
- *Αερογράφος.



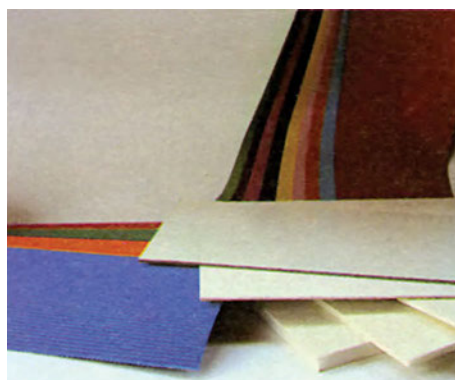
δ. 14 Αερογράφος.



δ.15 Εργαλεία για την κατασκευή μακέτας.



δ.16 Μακέτα διαφημιστικού εκθετηρίου σε κλίμακα 1:1, κατασκευασμένη από χαρτόνι, ζελατίνα και έτοιμο αντικείμενο (μαθητική εργασία).



δ.17 Χαρτιά οντουλέ σε διάφορα χρώματα, λεπτά χρωματιστά χαρτόνια και χαρτόνια μακέτας σε διάφορα πάχη.

Δ.6 ΥΛΙΚΑ ΜΑΚΕΤΑΣ - Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΣ

Τα υλικά που χρησιμοποιούμε για την κατασκευή μιας μακέτας τα βρίσκουμε σε μεγάλα χαρτοπωλεία, σε ειδικά καταστήματα ειδών σχεδίου και ειδών μοντελισμού και σε χρωματοπωλεία. Επειδή όμως ως τμήματα της μακέτας μας μπορεί να χρησιμοποιηθούν και έτοιμα μορφοποιημένα υλικά, θα αναφερθούμε παρακάτω ενδεικτικά σε κάποια μόνο από αυτά, διότι συνολικά είναι πάρα πολλά.

Δ. 6.1 ΧΑΡΤΙΑ ΚΑΙ ΧΑΡΤΟΝΙΑ

- Χαρτόνι μακέτας τύπου σάντουιτς: Αυτό είναι το πιο κατάλληλο για την κατασκευή των δομικών στοιχείων του χώρου (τοιχών, διαχωριστικών κτλ.) Έχει και από τις δύο πλευρές του μαλακό, λείο, λευκό χαρτόνι και εσωτερικά ένα είδος αφρώδους υλικού που του δίνει πάχος. Το βρίσκουμε σε διάφορα πάχη, 3, 5 και 10 mm, και το χρησιμοποιούμε ανάλογα με την κλίμακα την οποία δουλεύουμε.
- Χαρτόνι κουσέ διπλής όψης: Είναι αρκετά σκληρό υλικό με λείες και λευκές και τις δύο πλευρές του, και υπάρχει σε πάχος 1, 1.5 και 2 mm.
- Χαρτόνι κουσέ μιας όψης: Είναι χαρτόνι ευλύγιστο λευκό από τη μία όψη και γκρι από την άλλη σε πάχος 0.5 mm.
- Χαρτόνι 'υποδομής': Είναι σκληρό, χοντρό γκρι χαρτόνι και χρησιμοποιείται κατά κανόνα κάτω από την τελική επιφάνεια, για να δώσει τον απαιτούμενο όγκο όπου χρειάζεται, όπως στη δημιουργία επιπέδων ή κλίσεων σε εξωτερικούς χώρους.
- Χαρτόνια χρωματιστά τύπου canson: Η επιφάνειά τους μπορεί να είναι επίπεδη, γραμμωτή ή ελαφρώς ανάγλυφη.
- Χαρτόνια χρωμολούξ: Λεπτά χαρτόνια σε πολλά χρώματα με πολύ γυαλιστερή επιφάνεια.
- Χαρτί κυματιστό (οντουλέ): Χαρτί με όγκο σε πολλά χρώματα, με διάφορες εφαρμογές, π.χ. σε κεραμίδια, σε κλιμακωτά επίπεδα κτλ.
- Χαρτί γκοφρέ: Λεπτό, «τσαλακωμένο» χαρτί σε διάφορα χρώματα.

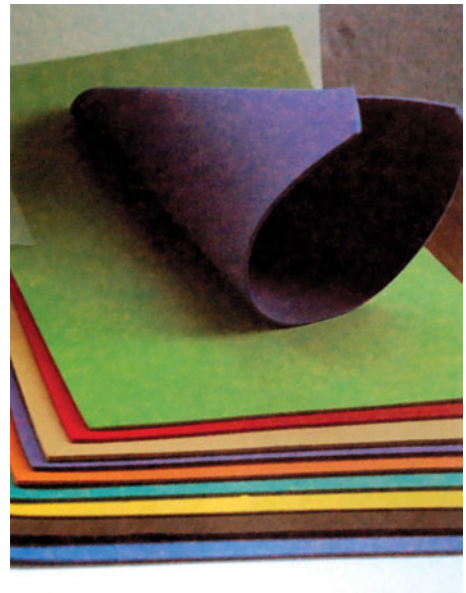
- Χαρτιά χρωματιστά σε πάρα πολλά χρώματα και με πολύ καλή εκτύπωση τα οποία διαλέγουμε από τα χρωματολόγια-καταλόγους των εταιρειών.
- Ρυζόχαρτο ή διαφανές χαρτί σχεδίου.
- Μεταξόχαρτα σε διάφορες ποιότητες και χρώματα.
- Χαρτιά βελουτέ σε διάφορα χρώματα.
- Χαρτιά μεταλιζέ σε διάφορα χρώματα, μίας και δύο όψεων.
- Χαρτιά σε επανάχρηση: χαρτιά από διάφορες συσκευασίες, μαλακά χαρτιά π.χ. εφημερίδες για χαρτοπολτό.



δ.18 Χρωματιστά χαρτιά σε διάφορα πάχη και υφές.

Δ. 6.2 ΠΛΑΣΤΙΚΟ

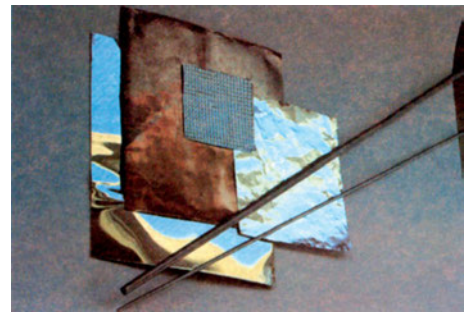
- Φύλλα ζελατίνης διαφανή και χρωματιστά, λεπτά και χοντρά
- Φύλλα P.V.C. διάφανα και χρωματιστά σε διάφορα πάχη
- Πλεξιγκλάς σε φύλλα και ράβδους, διάφανα και χρωματιστά σε διάφορα πάχη
- Φελιζόλ σε φύλλα με διάφορα πάχη ή σε έτοιμα μορφοποιημένα σχήματα
- Φύλλα αφρώδους πλαστικού
- Πρασινάδα σε διάφορες μορφές
- Δέντρα και θάμνοι
- Αφρολέξ και σφουγγάρια
- Καλαμάκια
- Μπαλάκια διάφορων μεγεθών
- Μέρη από διάφορες συσκευασίες.



δ.19 Φύλλα αφρώδους πλαστικού.

Δ. 6.3 ΜΕΤΑΛΛΟ

- Φύλλα διάφορων μετάλλων (κυρίως χαλκού)
- Πλέγματα: σίτες σε διάφορες πυκνότητες
- Ράβδοι συμπαγείς ή κενές
- Σύρματα σε διάφορες διατομές, επενδυμένα ή μη π.χ. καλώδια, συρματάκια για τον καθαρισμό πίτας κτλ.
- Αλουμινόχαρτο



δ.20 Φύλλο και ράβδοι αλουμινίου, φύλλο χαλκού, αλουμινόχαρτο και σταμπωτό ανάγλυφο μεταλλικό φύλλο.

- Γρέζια και ρινίσματα
- Καπάκια ή άλλα μέρη από μεταλλικές συσκευασίες.

Δ. 6.4 ΞΥΛΟ



δ.21 Μπάλα σε φύλλα και ράβδους, σε διάφορα πάχη και διατομές.

- Ειδικό, μαλακό ξύλο μακέτας (μπάλα). Υπάρχει σε λωρίδες του ενός μέτρου με πλάτος 10cm και σε πάχος από 0.5 ως 5mm
- Μπάλα σε ράβδους διάφορων διατομών (τετράγωνη, στρογγυλή, τριγωνική)
- Πηχάκια και καβίλιες από διάφορα ξύλα
- Φύλλα καπλαμά από διάφορα ξύλα (χωρίς έντονα «νερά»)
- Λεπτό κόντρα πλακέ (κυρίως για την κατασκευή της βάσης)
- Ροκανίδια και πριονίδια
- Καλαμάκια για σουβλάκια και οδοντογλυφίδες.

Δ. 6.5 ΦΕΛΛΟΣ



δ.22 Φύλλα φελλού σε διάφορα πάχη.

- Φύλλα φελλού σε διάφορα πάχη
- Φελλός σε έτοιμα μορφοποιημένα σχήματα.

Δ. 6.6 ΕΥΠΛΑΣΤΑ ΥΛΙΚΑ

- Φυσικός πηλός που απαιτεί ψήσιμο.
- Συνθετικός πηλός που μπορεί και να σταθεροποιηθεί μόνος του. Γνωστός και ως καλλιτεχνικός πηλός, είναι λευκός και υπάρχει και σε μεγάλη συσκευασία.
- Συνθετικός πηλός σε διάφορα χρώματα, σε μικρές συσκευασίες πιο σκληρός από το λευκό, ψήνεται σε οικιακό φούρνο.
- Πλαστελίνη σε διάφορα χρώματα. Παραμένει πάντα εύπλαστη, χαρακτηριστικό που την κάνει ακατάλληλη για κάποιες εφαρμογές.

- Γύψος σε σκόνη. Μορφοποιείται σε καλούπι και στεγνώνει μόνος του, χρησιμοποιείται και σε άλλα σημεία, κυρίως για να καλύψει ατέλειες.
- Γυψόγαζα. Μπορεί να δώσει σχήματα διάφορων μορφών, δημιουργώντας εύκολα αντίγραφο οποιασδήποτε τρισδιάστατης μορφής π.χ. μάσκες ή σφαίρες από μπαλόνια κτλ.
- Αφρώδης πολυουρεθάνη. Μπορεί να μορφοποιηθεί σε καλούπι ή να δώσει τυχαίους όγκους.

Δ. 6.7 ΥΛΙΚΑ ΒΑΦΗΣ

- Σινική μελάνη
- Τέμπερα
- Ακρυλικά
- Χρώματα σε σκόνες
- Βερνίκια χρωματιστά ή άχρωμα
- Λαδομπογιά
- Πλαστικό
- Χρώματα σμάλτου
- Βαφές μεταλλικές, με διάφορα ρινίσματα ή άλλα υλικά που αποδίδουν διάφορες ματιέρες, (μπορεί να ανήκουν σε κάποια από τις παραπάνω κατηγορίες).

Από τις παραπάνω κατηγορίες υλικών μπορούμε να βρούμε χρώματα που εφαρμόζονται με πινέλο, που δουλεύονται με αερογράφο ή χρησιμοποιούνται έτοιμες σε σπρέι.

Δ. 6.8 ΚΟΛΛΕΣ

- Κόλλες γενικής χρήσης σε σωληνάρια. Εφαρμόζονται στα περισσότερα υλικά, εκτός από τα πολύ ευαίσθητα όπως π.χ. το φελιζόλ.
- Λευκή κόλλα (ξυλόκολλα) σε κουτιά και βαζάκια. Κατάλληλη για εφαρμογή σε ευαίσθητα σε διαλύτες υλικά και σε ελαφρά υλικά μεγάλης επιφάνειας. Επίσης, είναι η κατάλληλη για την παρασκευή χαρτοπολτού.
- Ισχυρές κόλλες σε μικρά σωληνάρια. Κατάλληλες κυρίως για μικρές μεταλλικές επιφάνειες και άλλα ανθεκτικά υλικά.



δ.23 Πιστόλι θερμοκόλλησης με σιλικόνη, λευκή κόλλα, κόλλες σε σπρέι, στικ και σωληνάρια και κολλητικές ταινίες.

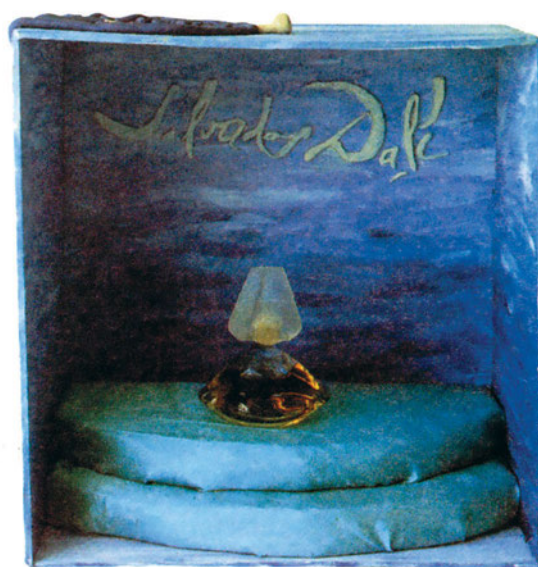
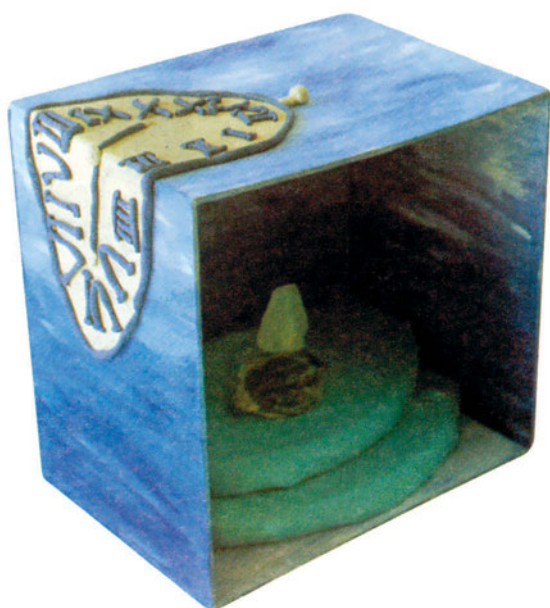


δ.24 Μακέτα διαφημιστικού εκθετηρίου σε κλίμακα 1:1, κατασκευασμένη από χαρτόνια και χαρτιά (μαθητική εργασία).

- Βενζινοκόλλα σε βάζα και σωληνάκια. Κατάλληλη για βαριά υλικά όπως χαρτόνια, φελλός, ανθεκτικά πλαστικά.
- Κόλλες σε σπρέι, κατάλληλες για εφαρμογές σε μεγάλες επιφάνειες διάφορων υλικών.
- Κολλητικές ταινίες. Υπάρχουν διάφορες: διάφανη ή αδιάφανη, πλαστική ή χάρτινη, διπλής όψης κτλ., κατάλληλες για σημεία «κρυφά» ή για κατασκευές οι οποίες στη συνέχεια θα επενδυθούν με άλλα υλικά.

Δ. 6.9 ΥΦΑΣΜΑΤΑ

- Λεπτά και πυκνά, μονόχρωμα ή με μικρό μοτίβο
- Κλωστές, νήματα διάφορα.

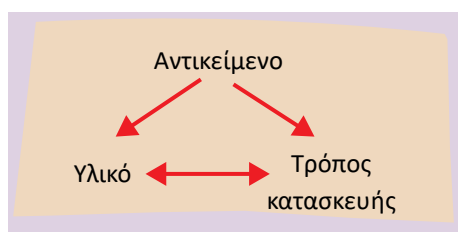


δ.25 Μακέτα διαφημιστικού εκθετηρίου σε κλίμακα 1:1, κατασκευασμένη κυρίως από χαρτόνι, ύφασμα και πλαστικό πηλό (μαθητική εργασία).

Δ. 7. ΤΡΟΠΟΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ

Κατά την κατασκευή της μακέτας ενός χώρου ή ενός αντικειμένου δημιουργούμε όγκους είτε μορφοποιώντας κάποιο υλικό είτε συναρμολογώντας κομμάτια από το ίδιο ή από διαφορετικά υλικά.

Επιλέγουμε κάθε φορά υλικό και τρόπο κατασκευής ανάλογα με τη μορφή και το μέγεθος του αντικειμένου (σχ. 15).



Σχ.15

Όπως φαίνεται και στο σχήμα, ανάλογα με το αντικείμενο που θέλουμε να αποδώσουμε επιλέγουμε το προσφορότερο υλικό, που με τη σειρά του μας παραπέμπει στους πιθανούς τρόπους κατασκευής, ή επιλέγουμε τον τρόπο κατασκευής και αυτός μας «υποδεικνύει» τα υλικά που είναι κατάλληλα γι' αυτή την τεχνική.

Μπορούμε να κάνουμε τη μορφοποίηση:

- πλάθοντας με τα χέρια ή σμιλεύοντας με κατάλληλα εργαλεία το υλικό (π.χ. πηλός ή φελιζόλ),
- χρησιμοποιώντας καλούπι (π.χ. γύψος),
- κόβοντας και διπλώνοντας αναπτύγματα στερεών σχημάτων (π.χ. χαρτί),
- κόβοντας και συναρμολογώντας (αυτός ο τρόπος κατασκευής προϋποθέτει την προετοιμασία και, στη συνέχεια, τη σύνδεση επιμέρους τμημάτων με διάφορους τρόπους. Μπορεί να γίνει συνδυασμός διάφορων υλικών).

Κατά τη δημιουργία μιας μακέτας μπορεί να χρησιμοποιηθεί ο ένας ή ο άλλος τρόπος κατασκευής, ενώ άλλες φορές μπορεί να γίνει συνδυασμός τους.

Κατασκευή της βάσης

Τις περισσότερες φορές η μακέτα μας είναι κατασκευασμένη πάνω σε μια βάση ή και τοποθετημένη πάνω σε μια άλλη βάση.

Όταν πρόκειται για μακέτα που παρουσιάζει κάποιο εσωτερικό χώρο, η βάση παίζει το ρόλο του δαπέδου και είναι ενσωματωμένη στα στοιχεία της μακέτας.

Όταν η μακέτα παρουσιάζει και εξωτερικό χώρο, χρειάζεται μια μεγαλύτερη βάση για την τοποθέτηση των στοιχείων της διαμόρφωσής του.

Ακόμα και όταν η μακέτα δεν παρουσιάζει χώρο αλλά μεμονωμένα έπιπλα ή αντικείμενα, συχνά αυτά τοποθετούνται σε κάποια μεγαλύτερη επιφάνεια, που είναι και η βάση παρουσίασης της μακέτας.

Το υλικό για την κατασκευή της βάσης πρέπει να είναι συμπαγές, ελαφρύ και άκαμπτο. Υλικά που χρησιμοποιούμε συνήθως είναι υποπροϊόντα του ξύλου ή και πλαστικά φύλλα.



δ.26 Μακέτα διαφημιστικού εκθετηρίου σε κλίμακα 1:1, πάνω στη βάση της (μαθητική εργασία).

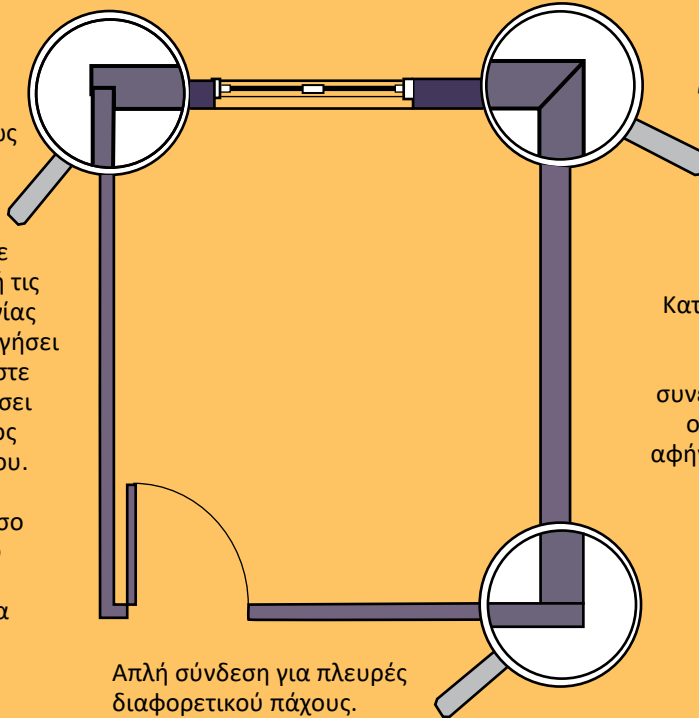
Δ. 8. ΣΤΑΔΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ

Πριν ξεκινήσουμε την κατασκευή μιας μακέτας, φροντίζουμε να έχουμε μια σειρά σχεδίων στην κλίμακα που επιλέξαμε για τη μακέτα μας. Αυτό μας εξασφαλίζει τη γρήγορη και ακριβή μεταφορά των διαστάσεων από τα σχέδια στα τμήματα της μακέτας. Επίσης, φροντίζουμε να έχουμε στη διάθεση μας τα υλικά που προεπιλέξαμε και τα αντίστοιχα εργαλεία. Αν πρόκειται για μεγάλη μακέτα, αποφασίζουμε σε πόσα ξεχωριστά κομμάτια θα γίνει και πώς θα συναρμολογείται, αν θα ανοίγει ή όχι κτλ. Στη συνέχεια, ορίζουμε προσεκτικά τη σειρά των εργασιών την οποία θα ακολουθήσουμε. Είναι πολύ σημαντική η τήρηση της σωστής σειράς, διότι διαφορετικά μπορεί να γίνουν λάθη που θα μας υποχρεώσουν ακόμα και να επαναλάβουμε την κατασκευή κάποιων τμημάτων της μακέτας. Σε κάθε κατασκευή η σειρά των εργασιών μπορεί να είναι διαφορετική. Τα βασικά στάδια κατασκευής μιας μακέτας είναι τα παρακάτω:

1. Μεταφέρουμε με ακρίβεια τις διαστάσεις πάνω στα υλικά. Η μεταφορά αυτή μπορεί να γίνει με το υποδεκάμετρο, με το διαστημόμετρο, με τη μεταφορά του περιγράμματος (πατιτούρα π.χ. με μαλακό μολύβι).
2. Αποφασίζουμε αν κάποια κομμάτια θα επενδυθούν, για να υπολογίσουμε το τελικό πάχος του υλικού κατασκευής.
3. Επιλέγουμε τον τρόπο σύνδεσης και αφαιρούμε ή προσθέτουμε το πάχος της επιφάνειας που χρειάζεται, όπως φαίνεται στο σχήμα (σχ. 16-17).
4. Κόβουμε, χρησιμοποιώντας τα κατάλληλα εργαλεία, με μεγάλη προσοχή, επεξεργαζόμαστε τις ακμές με γυαλόχαρτο και ελέγχουμε τις τελικές διαστάσεις των επιφανειών.
5. Δίνουμε την τελική μορφή στην κάθε επιφάνεια, όπως αυτή εμφανίζεται στα σχέδια, δηλαδή δημιουργούμε τα ανοίγματα, προσθέτουμε στοιχεία που ενσωματώνονται στην επιφάνεια, επενδύουμε ή βάφουμε τουλάχιστον τις εσωτερικές επιφάνειες.
6. Τοποθετούμε τα τμήματα στην τελική τους θέση, χωρίς να τα κολλήσουμε. Ελέγχουμε τις διαστάσεις και την καθετότητα των επιπέδων και των ακμών. Ένας καλός τρόπος για τον έλεγχο και την εξασφάλιση της καθετότητας αυτής είναι να χρησιμοποιήσουμε μεταλλικές γωνίες ή και γωνίες από περισσεύματα υλικών. Ακόμα, κάποιο κουτί μπορεί να «κρατήσει» τις γωνίες της μακέτας μας ορθές, μέχρι να στεγνώσει η κόλλα. Αποφασίζουμε ποια από αυτά τα τμήματα θα κολλή-

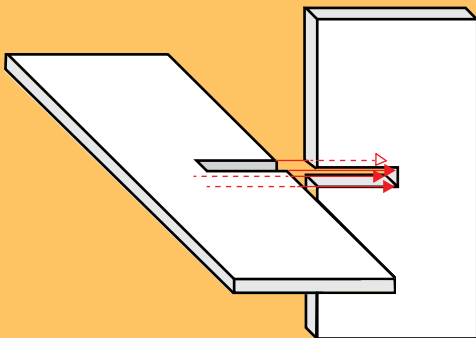
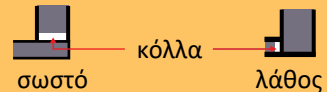
ΣΥΝΔΕΣΜΟΛΟΓΙΑ ΚΑΘΕΤΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥΣ ΕΠΙΦΑΝΕΙΩΝ ΣΤΗ ΜΑΚΕΤΑ

Σύνδεση με πατούρα για πλευρές συνήθως διαφορετικού πάχους. Πρέπει να υπολογίζουμε με μεγάλη προσοχή τις πλευρές της γωνίας που θα δημιουργήσει την πατούρα, ώστε σ' αυτή να χωρέσει ακριβώς το πάχος του στενού τοίχου. Ο στενός τοίχος υπολογίζεται τόσο μακρύτερος όσο προβλέπεται να εισχωρήσει μέσα στον φαρδύ.



Σύνδεση με "φάλτσο" (45°), που ενώνει πλευρές ίδιου πάχους. Απαιτεί πολύ μεγάλη ακρίβεια και στο κόψιμο και στις κολλήσεις. Κατάλληλη για ενώσεις τμημάτων που δε θα επενδυθούν στη συνέχεια, μια και αυτός ο τρόπος ένωσης δεν αφήνει εμφανή σόκορα.

Απλή σύνδεση για πλευρές διαφορετικού πάχους. Κατά κανόνα, υπολογίζουμε την φαρδύτερη πλευρά τόσο πιο κοντή όσο το πάχος της στενής, ώστε κατά τη συναρμολόγηση να έχουμε μεγαλύτερη επιφάνεια κόλλησης.



Σύνδεση "μισοχαρακτή".

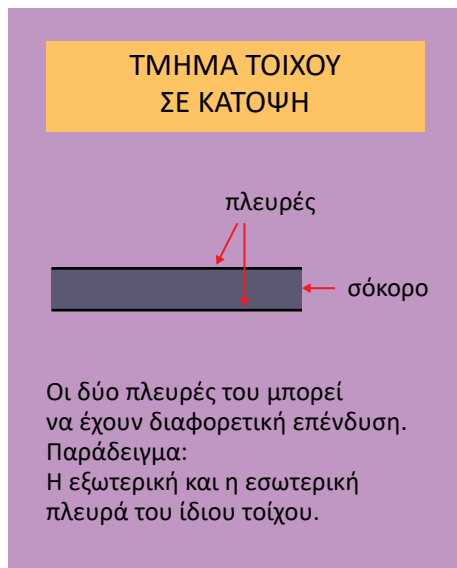
Κατάλληλη για επιφάνειες που διασταυρώνονται μεταξύ τους κάθετα. Όταν το υλικό των επιφανειών είναι σχετικά χοντρό, δε χρειάζεται κόλλα για τη σταθεροποίησή τους, και έτσι μπορούμε να διαμορφώσουμε μοντέλα μεταβλητής μορφής ή αποσυναρμολογούμενα.

σουμε σ' αυτό το στάδιο της κατασκευής και ποια τμήματα θα κολλήσουμε αργότερα, αφού πρώτα διαμορφώσουμε άλλα σημεία της μακέτας.

7. Κατασκευάζουμε ξεχωριστά καθένα από τα αντικείμενα του εσωτερικού χώρου με το δικό του τρόπο κατασκευής. Κάποια μπορεί να προκύπτουν από αναπτύγματα, κάποια μπορεί να είναι από εύπλαστα υλικά και κάποια άλλα να κατασκευάζονται τμηματικά, σύμφωνα με τη σειρά που περιγράφουμε. Παρακάτω, βλέπουμε παραδείγματα κατασκευής στερεών από αναπτύγματα (σχ.18, σχ.19).

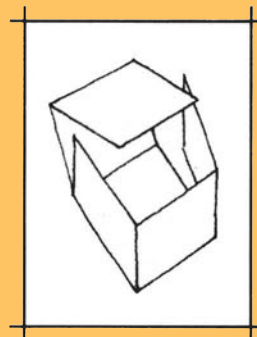
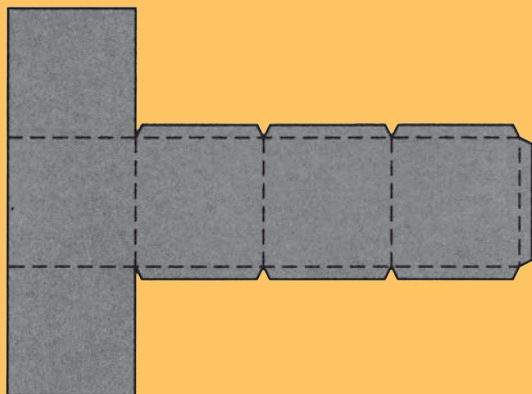
8. Κολλάμε το κάθε αντικείμενο στη θέση του προσέχοντας τη σειρά τοποθέτησης. Ολοκληρώνουμε την κατασκευή τοποθετώντας και τα τμήματα που πιθανόν δεν κολλήσαμε στο στάδιο 6.

9. Κάνουμε κάποιες επεμβάσεις τις οποίες πιθανόν να χρειάζεται η εξωτερική επιφάνεια, όπως ρετουσάρισμα ή φινιρίσμα κάποιων σημείων, τοποθέτηση στοιχείων που προεξέχουν, π.χ. στέγαστρα, επιγραφές, κάγκελα κτλ.

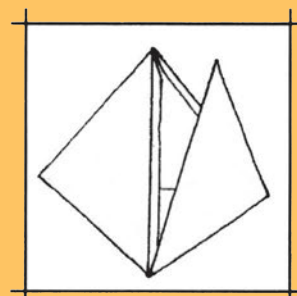
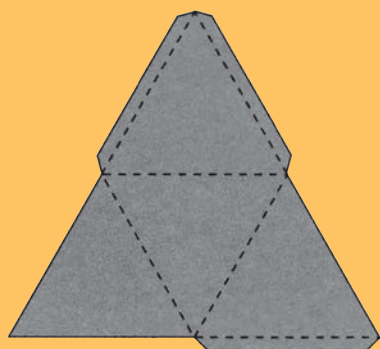


Σχ.17

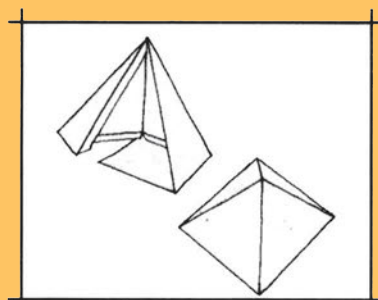
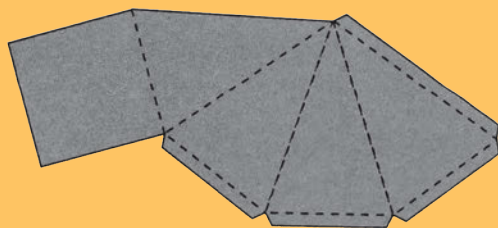
ΑΝΑΠΤΥΓΜΑΤΑ ΣΤΕΡΕΩΝ ΣΧΗΜΑΤΩΝ



κύβος

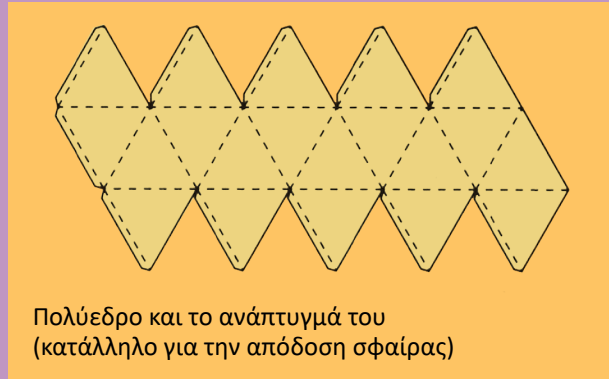
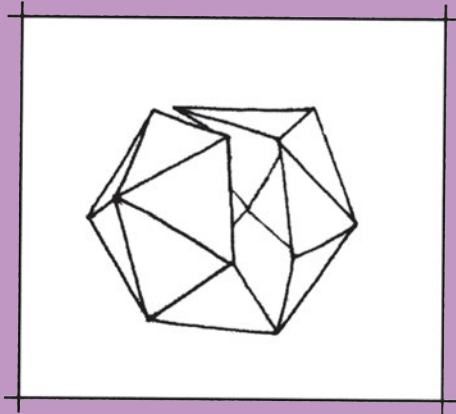


πυραμίδα 3εδρη

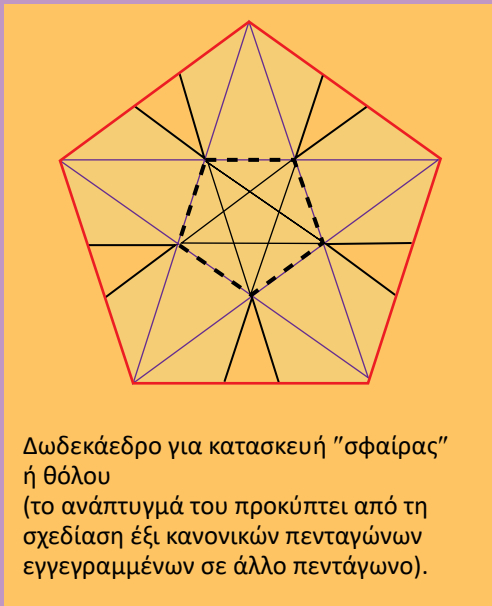


πυραμίδα 4εδρη

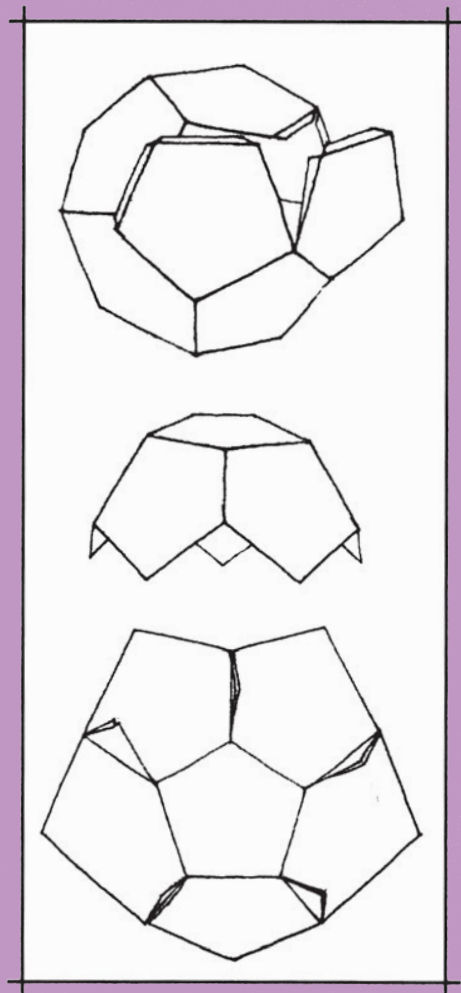
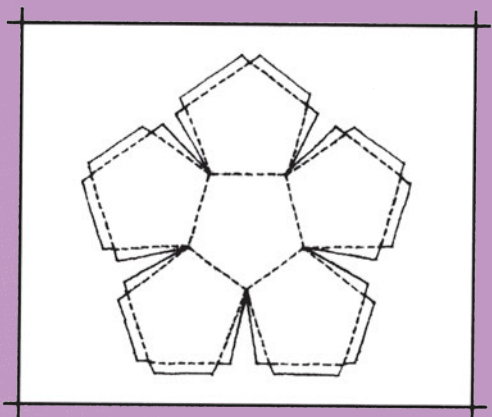
ΑΝΑΠΤΥΓΜΑΤΑ ΣΤΕΡΕΩΝ ΣΧΗΜΑΤΩΝ



Πολύεδρο και το ανάπτυγμά του
(κατάλληλο για την απόδοση σφαίρας)



Δωδεκάεδρο για κατασκευή "σφαίρας"
ή θόλου
(το ανάπτυγμά του προκύπτει από τη
σχεδίαση έξι κανονικών πενταγώνων
εγγεγραμμένων σε άλλο πεντάγωνο).



Δ. 9 ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ

- Δεν ξεχνάμε να ελέγχουμε την κλίμακα σε όλα. Όλα τα στοιχεία που συνθέτουν τη μακέτα, από τα πιο μεγάλα ως τα πιο μικρά, από το ύψος ενός επίπλου ως το μέγεθος του πόμολου και από την πλακόστρωση ενός χώρου ως το σχέδιο του μοτίβου σε ένα ύφασμα, πρέπει να ακολουθούν την κλίμακα που επιλέξαμε. Ότι ισχύει για τα σχέδια, το ίδιο ισχύει και για τη μακέτα, μόνο που εδώ δουλεύουμε στις τρεις διαστάσεις.

- Φροντίζουμε, ώστε η υφή των υλικών που χρησιμοποιούμε να αποδίδει καλά το αντίστοιχο πραγματικό υλικό και να ακολουθεί και την κλίμακα. Κάποιες φορές μας επιτρέπεται να παραβιάσουμε τους κανόνες, διότι εκείνο που έχει μεγάλη επίσης σημασία είναι η οπτική εντύπωση και το τελικό αποτέλεσμα. Παράδειγμα, ο αρμός σε μια πλακόστρωση μπορεί να γίνει σχεδιαστικά ή ανάγλυφος.

- Πριν ξεκινήσουμε να κόβουμε, ελέγχουμε τη λεπίδα του κοπιδιού. Καλό είναι να ξεκινάμε κάθε φορά αφαιρώντας ένα τμήμα της λεπίδας. Χρησιμοποιούμε μεταλλικό χάρακα και ειδική επιφάνεια κοπής, η οποία τοποθετείται πάντα κάτω από το υλικό που θα κόψουμε. Η κατάλληλη επιφάνεια κοπής βοηθάει στο να έχουμε καθαρές ακμές, δηλαδή να μην έχουμε ξέφτια, φαλτσάρισμα, μάσημα του υλικού. Επίσης, διευκολύνει την κίνηση του κοπιδιού και δε φθείρει την λεπίδα του.

Η στάση του σώματος κατά την κοπή πρέπει να είναι τέτοια ώστε:

α. να μπορούμε να κρατάμε το κοπίδι κάθετα στην επιφάνεια κοπής,

β. να έχουμε οπτικό έλεγχο όλης της διαδρομής του κοπιδιού,

γ. να διευκολύνεται η κίνηση του χεριού μας από πάνω προς τα κάτω.

- Προσέχουμε τα 'τελειώματα', δηλαδή τις άκρες και τις γωνίες των επιφανειών που φτιάχνουμε. Πρέπει να έχουμε 'καθαρές' ενώσεις, χωρίς να γίνεται εμφανής ο τρόπος κόλλησης και χωρίς τρεξίματα από κόλλες. Χρησιμοποιούμε πάντα την ελάχιστη απαραίτητη ποσότητα κόλλας. Στις γωνίες χρειάζεται ακρίβεια, ώστε να μην έχουμε κενά στις ενώσεις. Ακόμα στις ενώσεις δύο στοιχείων πρέπει να

φροντίζουμε για τις σωστές κλίσεις και, κυρίως, για την καθετότητα μεταξύ τους, π.χ. μεταξύ των τοίχων και του δαπέδου.

- Ακόμα και στην περίπτωση που κάνουμε μακέτα εργασίας με σκοπό την κατανόηση μόνο των όγκων της κατασκευής (ογκομετρική μακέτα), οπότε δεν κάνουμε επεξεργασία υλικών (βάψιμο, επενδύσεις κτλ.), και πάλι προσέχουμε τις καλές συναρμογές, την καθετότητα, και γενικά, τη σωστή μεταφορά του έργου στις τρεις διαστάσεις.

κατάστημα

B

Optica Optica Optica
Optica Optica Optica
Optica Optica Optica
Optica Optica Optica
Optica Optica
ΠΕΖΟΔΡΟΝ



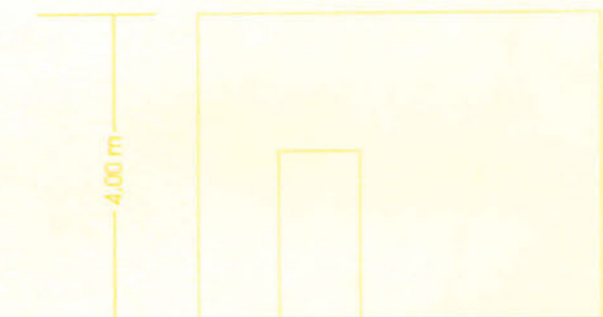
κλίμακα 1:100



0,50 m

3,20 m

πρόσοψη



4,00 m

5,00 m



δρόμος



5,00 m

Ε. ΑΣΚΗΣΕΙΣ

Ε.1 ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Τα στάδια και οι τρόποι προσέγγισης, προκειμένου να πετύχουμε μια ολοκληρωμένη μελέτη των θεμάτων που θα συναντήσουμε, είναι τα παρακάτω

1. Συγκέντρωση και αξιολόγηση πληροφοριών

Ενημέρωση για τα μέσα και τα υλικά που είναι κατάλληλα και διαθέσιμα. Αναγνώριση και καταγραφή τους σε υπάρχουσες εφαρμογές. (Οι πληροφορίες για τα παραπάνω προέρχονται από το βιβλίο, από έρευνα αγοράς, από έρευνα τύπου και από έρευνα βιβλιογραφική).

Εντοπίζουμε, αναλύουμε, συγκρίνουμε και αιτιολογούμε τα στοιχεία, τα χαρακτηριστικά και τους τρόπους οργάνωσης σε εφαρμοσμένες λύσεις.

2. Σχεδιαστικές προτάσεις

Αποτυπώνουμε σε προσχέδια τις δικές μας προτάσεις σε κάτοψη, όψη ή σκίτσα και επιλέγουμε την καλύτερη.

3. Σχεδίαση της τελικής πρότασης.

Σχεδιάζουμε όλη την απαιτούμενη σειρά σχεδίων (κατόψεις, όψεις, τομές, αξονομετρικά ή προοπτικά, κατασκευαστικά σχέδια) στην κατάλληλη κλίμακα.

4. Κατασκευή μακέτας

Κατασκευάζουμε τη μακέτα, και έτσι, έχοντας την πρότασή μας στις τρεις διαστάσεις, έχουμε τη δυνατότητα να εντοπίσουμε τυχόν ατέλειες, παραλείψεις ή λάθη.

5. Σχεδίαση για την παρουσίαση της πρότασης

Διορθώνουμε στα σχέδια τις τυχόν αλλαγές που προέκυψαν και προχωράμε στην ολοκλήρωσή τους με μελάνωμα και χρώμα.

6. Παρουσίαση της εργασίας

Συγκέντρωση του υλικού και παρουσίασή του σε φάκελο ο οποίος περιέχει, εκτός από την ολοκληρωμένη σειρά σχεδίων, και άλλα συμπληρωματικά στοιχεία, όπως κείμενο που υποστηρίζει την πρότασή μας, δειγματολογία κτλ.

Τα στάδια που περιγράφουμε αφορούν μια ολοκληρωμένη πορεία εργασίας. Κάποιες φορές, για λόγους οικονομίας χρόνου, μπορούμε να παραλείψουμε κάποιο στάδιο ή ορισμένα στοιχεία του, π.χ. να παρουσιάσουμε μια ολο-

κληρωμένη σειρά σχεδίων χωρίς μακέτα ή, αν υπάρχει μακέτα, να παραλείψουμε τα προοπτικά ή και ολόκληρη τη σειρά των τελικών σχεδίων.

Σε κάθε στάδιο της εργασίας μας, αλλά κυρίως στην τελική πρόταση, το περιεχόμενο πρέπει να έχει σαφήνεια, να χαρακτηρίζεται από ακρίβεια και να εξασφαλίζει πληρότητα, δίνοντας πληροφορίες για όλα τα στοιχεία της σύνθεσης.

Ταυτόχρονα, πρέπει να παρουσιάζεται με τρόπο προσεγμένο, οργανωμένο και ευχάριστο.

Άσκηση 1

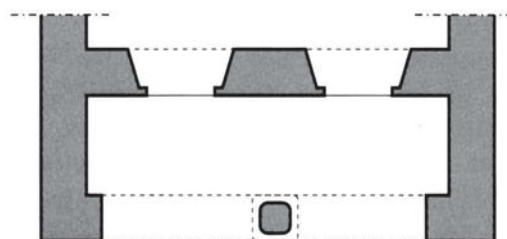
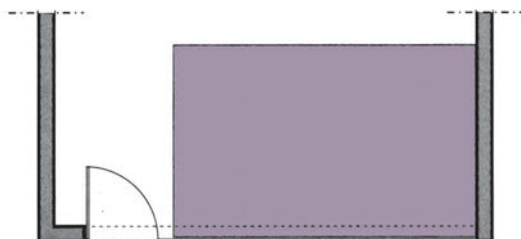
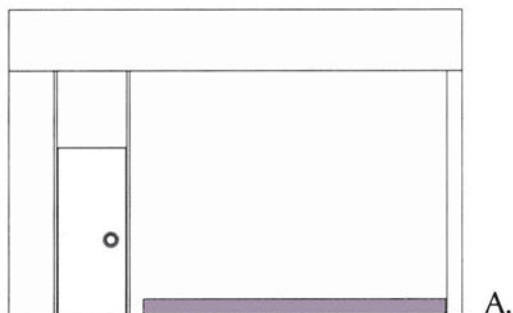
Κεφάλαιο: Κατηγορίες προσόψεων

Δίνονται οι προσόψεις:

A. καταστήματος ρούχων σε κεντρικό εμπορικό δρόμο μιας πόλης,

B. καταστήματος κοσμημάτων σε ένα δρομάκι ενός νησιωτικού τουριστικού χωριού.

Το τμήμα της κάτοψης που συνοδεύει τις προσόψεις βοηθάει στην καλύτερη κατανόηση των χώρων. Όλα τα σχέδια είναι σε κλίμακα 1:100.



Προσπαθήστε να αντιστρέψετε τη χρήση τους, περιγράφοντας πώς φαντάζεστε το κατάστημα ρούχων στον νησιώτικο χώρο και πώς το κατάστημα κοσμημάτων στο κέντρο της πόλης. Ποια στοιχεία της πρόσοψης θα κρατούσατε σταθερά και ποια θα αλλάζατε;

Άσκηση 2

Κεφάλαιο: Η βιτρίνα μέσο επικοινωνίας

Ποια μέσα ή τρόπους, αντικείμενα ή υλικά θα επιλέγατε ως μέσο προσέλκυσης

σε βιτρίνα καταστήματος: α) Μικροαντικειμένων, είδη δώρων, feaux bijoux

β) Δίσκων, cd κτλ.

γ) Υαλικών

δ) Χαλιών

ε) Αθλητικών ειδών

στ) Ειδών γραφείου

Να ορίσετε το προφίλ των καταναλωτών που θέλετε να προσελκύσετε και, με βάση αυτό, να αιτιολογήσετε τις επιλογές σας.

Άσκηση 3

Κεφάλαιο: Εξωτερικές βιτρίνες

Σχεδιασμός εξωτερικής βιτρίνας σε καταστήματα μίας όψης, ή δύο όψεων διαφορετικής έκτασης, που εμπορεύονται προϊόντα διάφορων μεγεθών.

Δίνονται:

1. κατόψεις των καταστημάτων σε κλίμακα 1:100 (με διακεκομμένη γραμμή η πλευρά ή οι πλευρές που είναι ανοιχτές προς το δρόμο),
2. τα ελάχιστα και τα μέγιστα τετραγωνικά που μπορεί να καταλάβει η βιτρίνα.

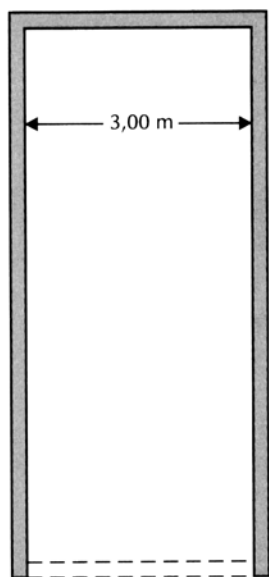
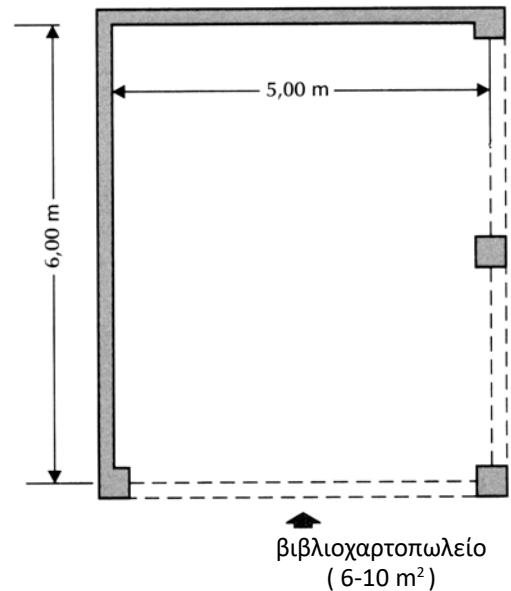
Ζητείται να ορίσετε,

για δύο από τους τέσσερις χώρους:

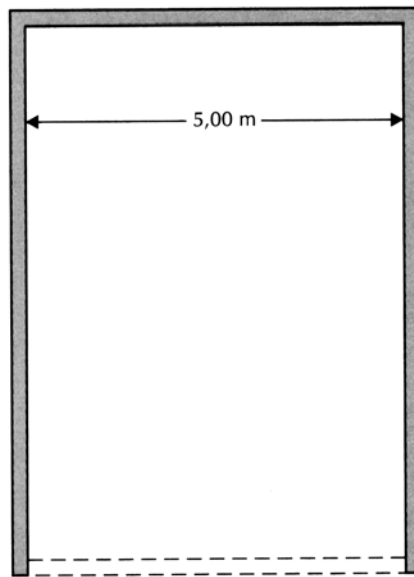
- α) το είδος της βιτρίνας (ανοιχτή-κλειστή, μονή-διπλή, μεγάλη-μικρή, κατά μήκος ή προς το βάθος του καταστήματος),
- β) τη θέση της βιτρίνας και της πόρτας εισόδου.

Οι λύσεις που θα προτείνετε θα παρουσιαστούν με κατόψεις σε κλίμακα 1:50.

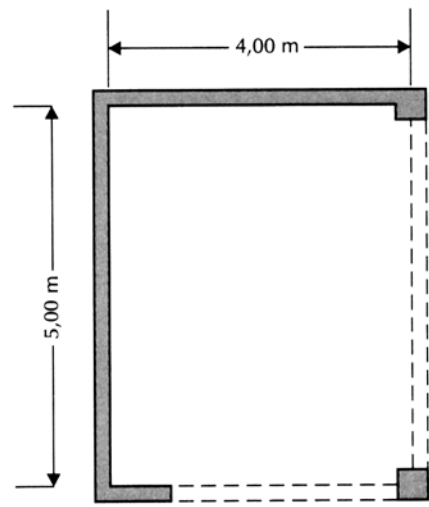
Στα σχέδιά σας να διαφοροποιήσετε χρωματικά (π.χ. με ράστερ, λετραφίλμ, διαγράμμιση, μαρκαδόρο) το χώρο της βιτρίνας από τον υπόλοιπο χώρο του καταστήματος.



κοσμηματοπωλείο
(1-2 m²)



κατάστημα ρούχων
(4-8 m²)



κατάστημα αναλωσίμων Η/Υ
(3-7 m²)

Άσκηση 4

Κεφάλαιο: Εσωτερικές βιτρίνες

Σχεδιασμός εκθετηρίων παρουσίασης σε κατάστημα φωτογραφικών ειδών.

Πρόκειται για κατασκευές που στόχο έχουν να παρουσιάσουν προϊόντα μιας συγκεκριμένης εταιρείας φωτογραφικών ειδών ή και διάφορων εταιρειών όπως: φωτογραφικές μηχανές, βιντεοκάμερες, τσάντες, τρίποδες, φακούς, φλας και άλλα είδη φωτογραφικού εξοπλισμού.

Δίνονται η κάτοψη και η τομή A-A, σε κλίμακα 1:100

Ζητείται ο σχεδιασμός ενός επιδαπέδιου και ενός επιτοιχίου εκθετηρίου.

Στα σχέδια φαίνονται -με χρώμα- μόνο οι θέσεις και οι μέγιστες διαστάσεις που μπορούν να καταλάβουν οι κατασκευές σας. Με βάση αυτούς τους περιορισμούς έχετε να επιλέξετε:

- τις ακριβείς διαστάσεις τους,
- τη μορφή τους,
- τα υλικά κατασκευής όλων των μερών των εκθετηρίων.

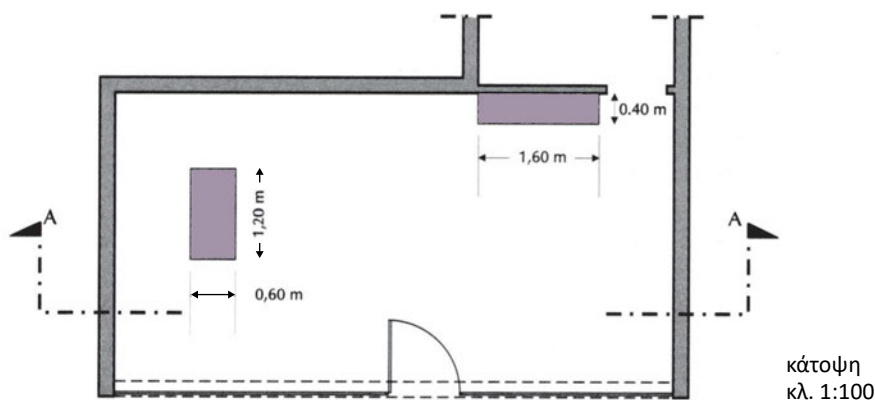
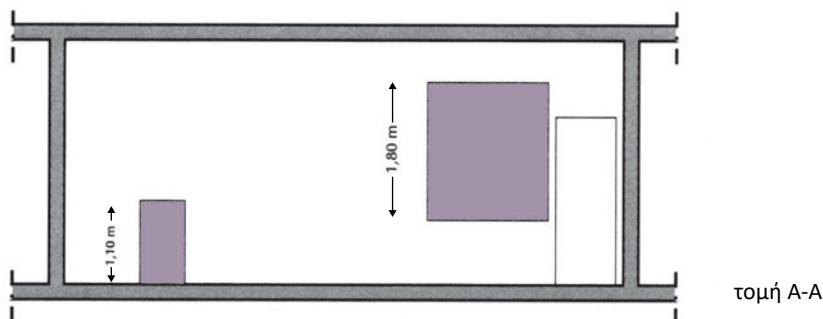
Η πρότασή σας θα παρουσιαστεί:

A. με σχέδια σε κλίμακα 1:10 (κάτοψη, όψη, προοπτικό ή αξονομετρικό) και αντίγραφά τους με χρώμα

ή

με μακέτα των εκθετηρίων σε κλίμακα 1:10

B. με κείμενο όπου θα αναλύσετε την πρότασή σας και θα αιτιολογήσετε την επιλογή του ύφους, των χρωμάτων και των υλικών.



Άσκηση 5

Κεφάλαιο: Εσωτερικές βιτρίνες

Μελέτη διαφημιστικού εκθετηρίου για συγκεκριμένο προϊόν της επιλογής σας. Το προϊόν θα πρέπει να είναι μικρών διαστάσεων και να μπορεί να εκτεθεί (δηλαδή πρέπει να έχετε στη διάθεσή σας το προϊόν, να είναι χαμηλού κόστους ή, στην αντίθετη περίπτωση, να μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο η συσκευασία του).

Η πρότασή σας θα παρουσιαστεί με:

A. μοντέλο σε κλίμακα 1:1

Στη μακέτα θα πρέπει να υπάρχει το σήμα και ο λογότυπος του προϊόντος και της εταιρείας σχεδιασμένα με απόλυτη ακρίβεια.

Τα υλικά μπορεί να διαφέρουν από τα προτεινόμενα για την παραγωγή αρκεί να δίνουν την ίδια εντύπωση.

B. φάκελο διαστάσεων A3 (42 X 29,7 cm) με:

- τα απαραίτητα σχέδια (κάτοψη, όψεις) σε κλίμακα 1:2 ή 1:5
- 2-4 φωτογραφίες ή 1-2 αξονομετρικά σχέδια ή σκίτσα
- κείμενο παρουσίασης, όπου θα αναφέρονται:
 - α. η επιλογή του ύφους, των σχημάτων και των χρωμάτων που κυριαρχούν,
 - β. τα υλικά κατασκευής, οι χώροι στους οποίους μπορεί να τοποθετηθεί, τα πιθανά πλεονεκτήματα στην κατασκευή, στο κόστος, στη μεταφορά και στη συναρμολόγηση και τοποθέτησή του.

Η εργασία θα γίνει από ομάδα δύο ατόμων.

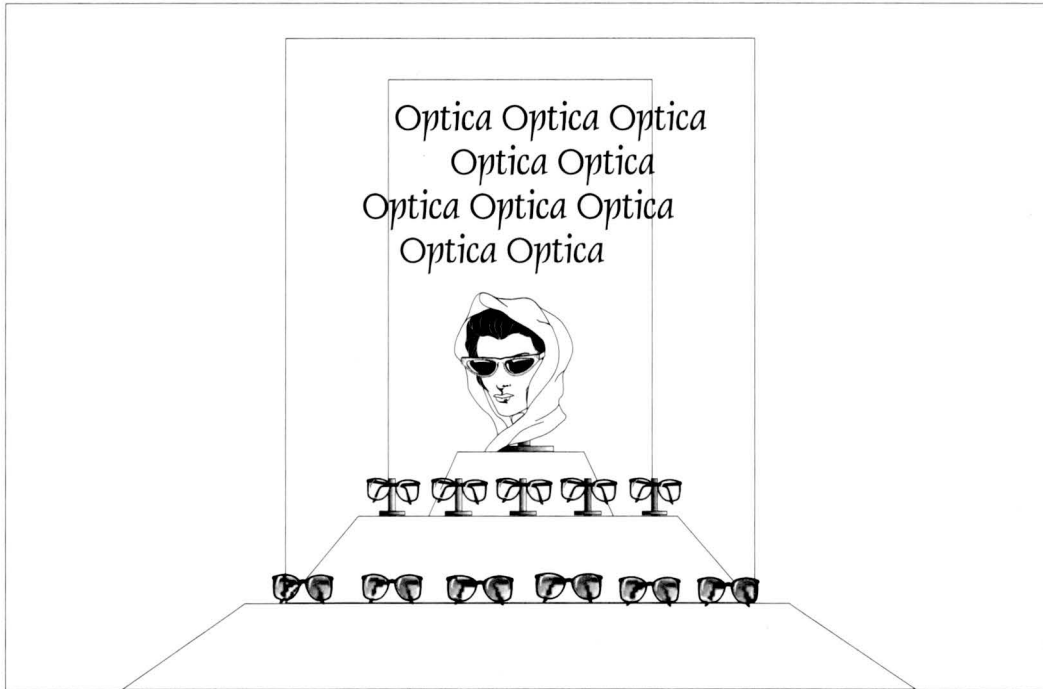
Άσκηση 6

Κεφάλαιο: Οργάνωση και παρουσίαση εκθεμάτων

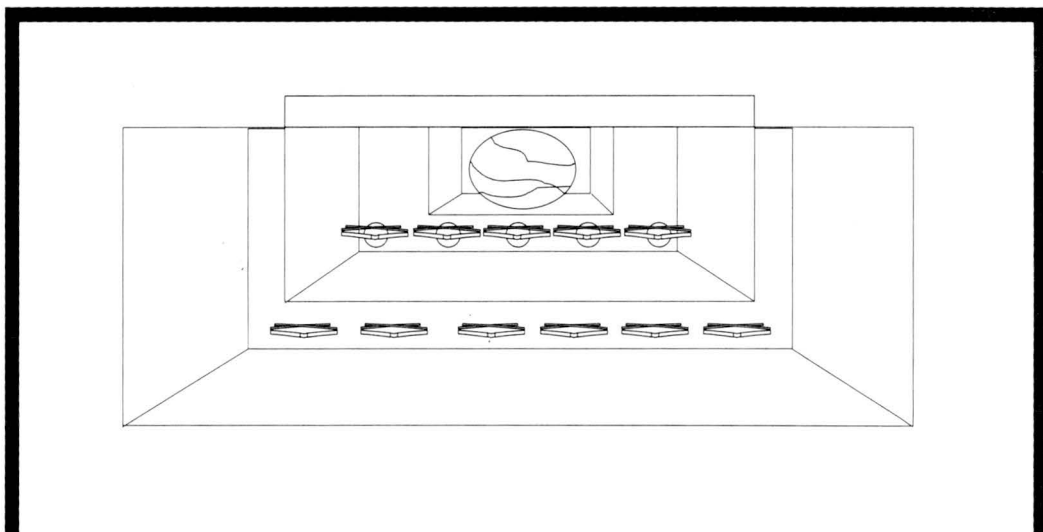
Στη διπλανή σελίδα δίνονται σκίτσα όψης και κάτοψης βιτρίνας οπτικών.

Να χρωματίσετε δύο μεγεθυμένα αντίγραφα των σχεδίων, αποδίδοντας σε κάθε αντίγραφο διαφορετικές καταστάσεις

- π.χ. Αρμονία - Αντίθεση ή
- Αρμονία θερμών - Αρμονία ψυχρών ή
 - Πολυχρωμία - Ασπρόμαυρο ή
 - Μεταλλικά χρώματα - Γήινα χρώματα κτλ.



όψη



κάτοψη

Άσκηση 7

Κεφάλαιο: Θέματα για τη διαμόρφωση της βιτρίνας

Να κάνετε έρευνα αγοράς με θέμα τη χρήση εποχικού διακοσμητικού υλικού (π.χ. στις βιτρίνες των Χριστουγέννων).

Σε ομάδες 3-4 ατόμων

θα κάνετε φωτογράφιση διάφορων βιτρινών με εποχική διακόσμηση.

Θα φωτογραφίσετε με έγχρωμο φιλμ αρνητικό ή θετικό (slides) και

θα γράψετε κείμενο με τα συμπεράσματά σας (για την ποιότητα, την ποικιλία, την πρωτοτυπία κτλ. των βιτρινών που είδατε).

Η παρουσίαση της έρευνάς σας θα γίνει στην τάξη :

A. με το φωτογραφικό υλικό σε πανό ή σε ντοσιέ ή με προβολή των slides και

B. με ανάγνωση του κειμένου.

Άσκηση 8

Κεφάλαιο: Υλικά και κατασκευές

Κατασκευή εποχικού διακοσμητικού υλικού χριστουγεννιάτικης βιτρίνας.

Σχεδιάστε και κατασκευάστε σε πραγματικό μέγεθος (μοντέλο σε κλίμακα 1:1) το αντικείμενο ή τη σύνθεση αντικειμένων που προτείνετε για τη διακόσμηση βιτρίνας.

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε:

στυλιζαρισμένα σχέδια από αστέρια, νιφάδες, δέντρα κτλ. και υλικά της επιλογής σας, όπως χαρτόνια, χαρτοπολτό, φελιζόλ, ζελατίνες, νήματα κ.ά.

Να διευκρινίσετε τον τρόπο τοποθέτησης του διακοσμητικού.

Άσκηση 9

Κεφάλαιο: Εξωτερικές βιτρίνες

Διαμόρφωση βιτρίνας σε κατάστημα μίας όψης το οποίο βρίσκεται σε σύγχρονο κτίριο, στο εμπορικό κέντρο αστικής περιοχής.

Πρόκειται για μονή, ανοιχτή βιτρίνα, που αναπτύσσεται κατά μήκος της πρόσοψης, σε κατάστημα ρούχων (ή γυναικείων ή ανδρικών ή παιδικών ή unisex).

Η επιφάνεια που καταλαμβάνει είναι 10m^2 και το ύψος της από το δάπεδο του καταστήματος μέχρι την ψευδοροφή είναι 3.20m .

Ο χώρος είναι ενιαίος με το κατάστημα και, όπως φαίνεται και στο σχέδιο της κάτοψης, ορίζεται μόνο από ένα επίπεδο διαστάσεων $4.00\text{m} \times 2.50\text{m}$, ύψους 0.20m .

Δίνονται κάτοψη και όψη του χώρου σε κλίμακα $1:100$.

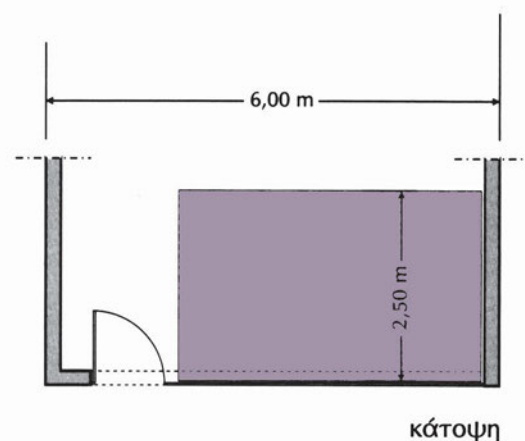
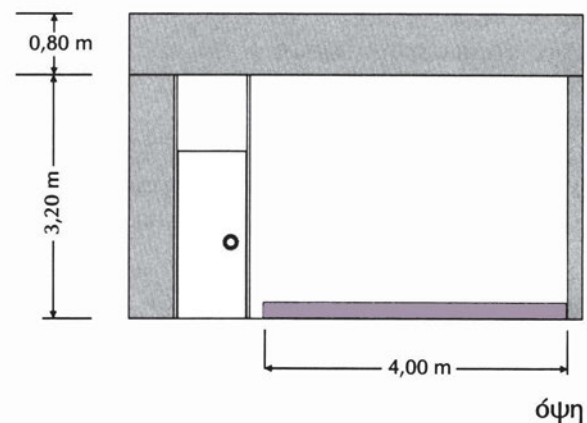
Ζητείται η διαμόρφωσή του με:

- κούκλες ή με άλλες κατασκευές για την παρουσίαση των ρούχων
- πανό, παραβάν ή άλλες ελαφρές κατασκευές σε όσα σημεία εσείς κρίνετε απαραίτητο για την άνετη παρατήρηση των προϊόντων
- όποια άλλα διακοσμητικά στοιχεία θεωρείτε απαραίτητα για τη σωστή προβολή των προϊόντων και την προσέλκυση του ενδιαφέροντος του κοινού.

Η πρότασή σας θα παρουσιαστεί:

- A. με σχέδια σε κλίμακα $1:20$ (κάτοψη, όψη, τομές και προοπτικό ή αξονομετρικό) και αντίγραφά τους με χρώμα ή με σχέδια με μολύβι και μακέτα σε κλίμακα $1:20$ ή $1:10$.

- B. με κείμενο όπου: θα αναλύσετε την πρότασή σας και θα αιτιολογήσετε την επιλογή του ύφους, των χρωμάτων και των υλικών.



Άσκηση 10

Κεφάλαιο: Εξωτερικές βιτρίνες

Διαμόρφωση διπλής, κλειστής βιτρίνας σε κατάστημα μίας όψης που βρίσκεται στο ισόγειο διώροφης κατοικίας σε παραδοσιακό οικισμό, σε νησί των Κυκλάδων.

Το κατάστημα εμπορεύεται κοσμήματα και κεραμικά και λειτουργεί μόνο κατά τη θερινή περίοδο.

Πρόκειται για χώρο μικρού εμβαδού με πάχος τοίχου 0.60m.

Σ' αυτή την περίπτωση οι βιτρίνες μπορούν να αναπτυχθούν μόνο μέσα στα όρια των ανοιγμάτων δηλαδή των δύο παραθύρων.

Δίνονται:

Κάτοψη και όψη του χώρου σε κλίμακα 1:100.

Διαστάσεις παραθύρων:

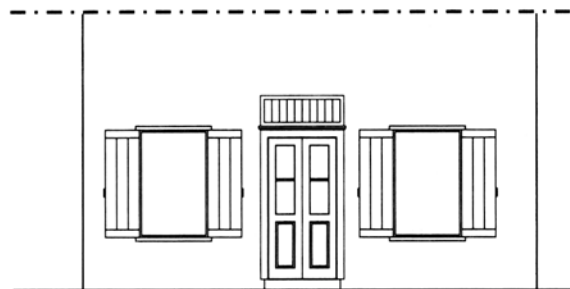
πλάτος 0.90m, ύψος 1.40m και ποδιά στα 0.60m.

Ζητείται η διαμόρφωση των βιτρινών:

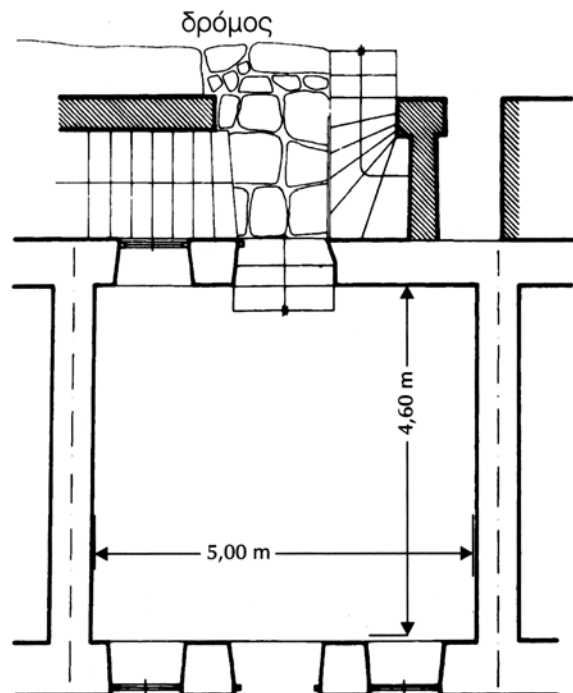
- με κατασκευές ή με έτοιμα αντικείμενα κατάλληλα να φιλοξενήσουν τα προϊόντα του καταστήματος,
- με όποιο διακοσμητικό στοιχείο κρίνετε απαραίτητο για τη σωστή προβολή των προϊόντων.

Η πρότασή σας θα παρουσιαστεί:

- A. με σχέδια σε κλίμακα 1:10 (κάτοψη, όψη και τομές) και αντίγραφά τους με χρώμα,
- B. με μακέτα της μίας βιτρίνας σε κλίμακα 1:10 με τις κατασκευές και το διακοσμητικό υλικό που συνοδεύει τα εκθέματα,
- Γ. με κείμενο όπου θα αναλύσετε την πρότασή σας και θα αιτιολογήσετε την επιλογή του ύφους, των χρωμάτων και των υλικών.



πρόσοψη



εμπορικός δρόμος

Άσκηση 11

Κεφάλαιο: Φωτισμός της βιτρίνας

Να κάνετε έρευνα αγοράς με θέμα το φωτισμό στη βιτρίνα

Σε ομάδες 3-4 ατόμων, θα κάνετε νυχτερινή φωτογράφιση διάφορων βιτρινών, με σκοπό την εξαγωγή συμπερασμάτων για τη χρήση του γενικού και του σημειακού φωτισμού.

Θα φωτογραφίσετε με έγχρωμο φιλμ αρνητικό ή θετικό (slides) και θα γράψετε κείμενο με τα συμπεράσματά σας (ποιον από τους δύο τρόπους φωτισμού συναντάμε, τι αποτελέσματα προκύπτουν από τον κάθε φωτισμό, τι είδη προϊόντων φωτίζουμε συνήθως με τον ένα ή τον άλλο τρόπο κτλ.).

Η έρευνά σας θα παρουσιαστεί στην τάξη :

- A. με το φωτογραφικό υλικό σε πανό ή σε ντοσιέ ή με προβολή των slides
- B. με ανάγνωση του κειμένου.

Άσκηση 12

Κεφάλαιο: Είσοδος

Να διαμορφώσετε την είσοδο:
ενός κομμωτηρίου ή
ενός παλαιοπωλείου (antiquerie) ή
ενός café.

Η πόρτα είναι μονή, ανοιγόμενη, με ή χωρίς υπέρθυρο.

Πρέπει να ορίσετε:

τις διαστάσεις της πόρτας,
τη θέση και τη μορφή του πόμολου,
το υλικό ή τα υλικά κατασκευής.

Η πρότασή σας θα παρουσιαστεί με:

- όψη σε κλίμακα 1:10,
- αντίγραφο του σχεδίου με χρώμα,
- κείμενο όπου θα αιτιολογήσετε την επιλογή του ύφους, των χρωμάτων και των υλικών.

Άσκηση 13

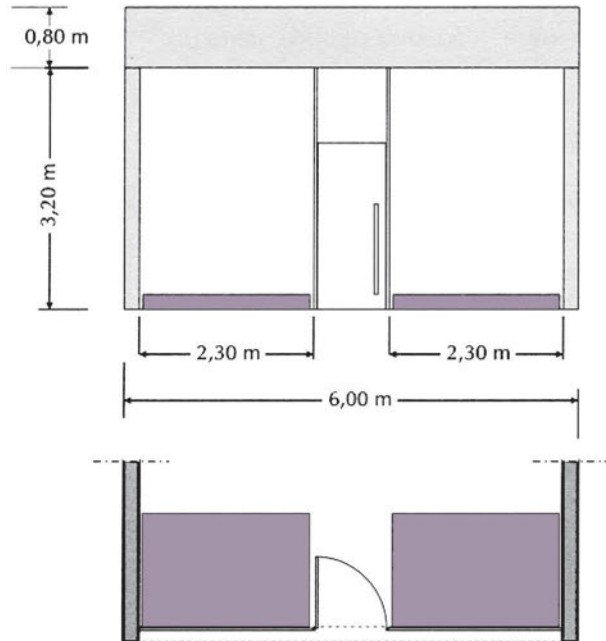
Κεφάλαιο: Επιγραφές

Σας δίνεται πρόσοψη, και τμήμα κάτοψης, καταστήματος παιχνιδιών.

Στη δεδομένη πρόσοψη δώστε μια πρόταση για τη μορφή (τη θέση, την έκταση, το είδος και τα υλικά) της επιγραφής ή των επιγραφών με ορισμένο το λογότυπο.

Ζητούνται:

- Δύο διαφορετικές προτάσεις σε προσχέδια (σκίτσα με μολύβι),
- η τελική πρόταση με σχέδια όψης και κάτοψης σε κλίμακα 1:20,
- αντίγραφο της όψης με χρώμα.



Άσκηση 14

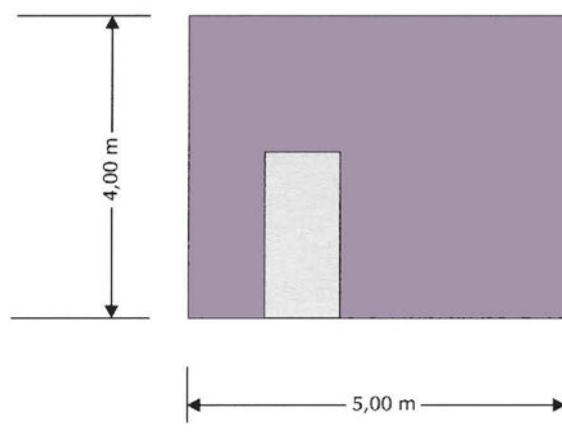
Κεφάλαιο: Υλικά επένδυσης

Σας δίνεται όψη καταστήματος παροχής υπηρεσιών σε κλίμακα 1:100. Ο χώρος μπορεί να στεγάσει θέατρο, club, σχολή χορού, ατελιέ γραφίστα ή ό,τι άλλο προτείνετε.

Ζητείται η διαμόρφωση της εισόδου και της επιγραφής, καθώς και η ανάγλυφη διακόσμηση του "τυφλού" τμήματος της πρόσοψης.

Η πρότασή σας θα περιλαμβάνει:

- προσχέδια (σκίτσα με μολύβι),
- τελική πρόταση με σχέδια όψης και κάτοψης σε κλίμακα 1:20,
- αντίγραφο της όψης με χρώμα.
- μακέτα του ανάγλυφου τοίχου σε κλίμακα 1:10.



Άσκηση 15

Κεφάλαιο: Εξωτερικός χώρος

Δίνεται ο ακάλυπτος χώρος ΑΒΓΔ μπροστά στην πρόσοψη ενός καταστήματος το οποίο βρίσκεται στο κέντρο μεγάλης πόλης.

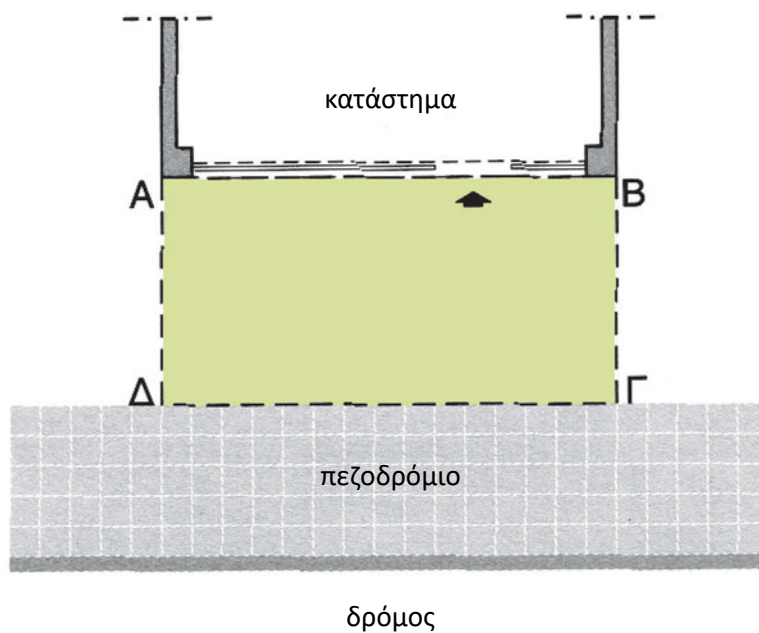
Ζητείται η μελέτη πλακόστρωσης του χώρου αυτού.

Να επιλέξετε το είδος, το σχήμα, τις διαστάσεις του υλικού της πλακόστρωσης.

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ένα ή περισσότερα υλικά, τα οποία κατά την τοποθέτησή τους θα ακολουθούν ή όχι κάρναβο.

Η πρότασή σας θα παρουσιαστεί με:

- κάτοψη σε κλίμακα 1:20,
- αντίγραφο του σχεδίου με χρώμα,
- κείμενο όπου θα ορίσετε τη χρήση του χώρου και θα αιτιολογήσετε την επιλογή του ύφους, των χρωμάτων και των υλικών.



κλίμακα 1:100

Άσκηση 16

Κεφάλαιο: Εξωτερικός χώρος

Υπαίθριο αναψυκτήριο σε παραλιακή τοποθεσία.

Δίνεται η κάτοψη του μικρού κτίσματος με τον περιβάλλοντα χώρο του σε κλίμακα 1:100.

Σας δίνονται ενδεικτικά 3 θέσεις εισόδου-περάσματος σ' αυτό το χώρο.

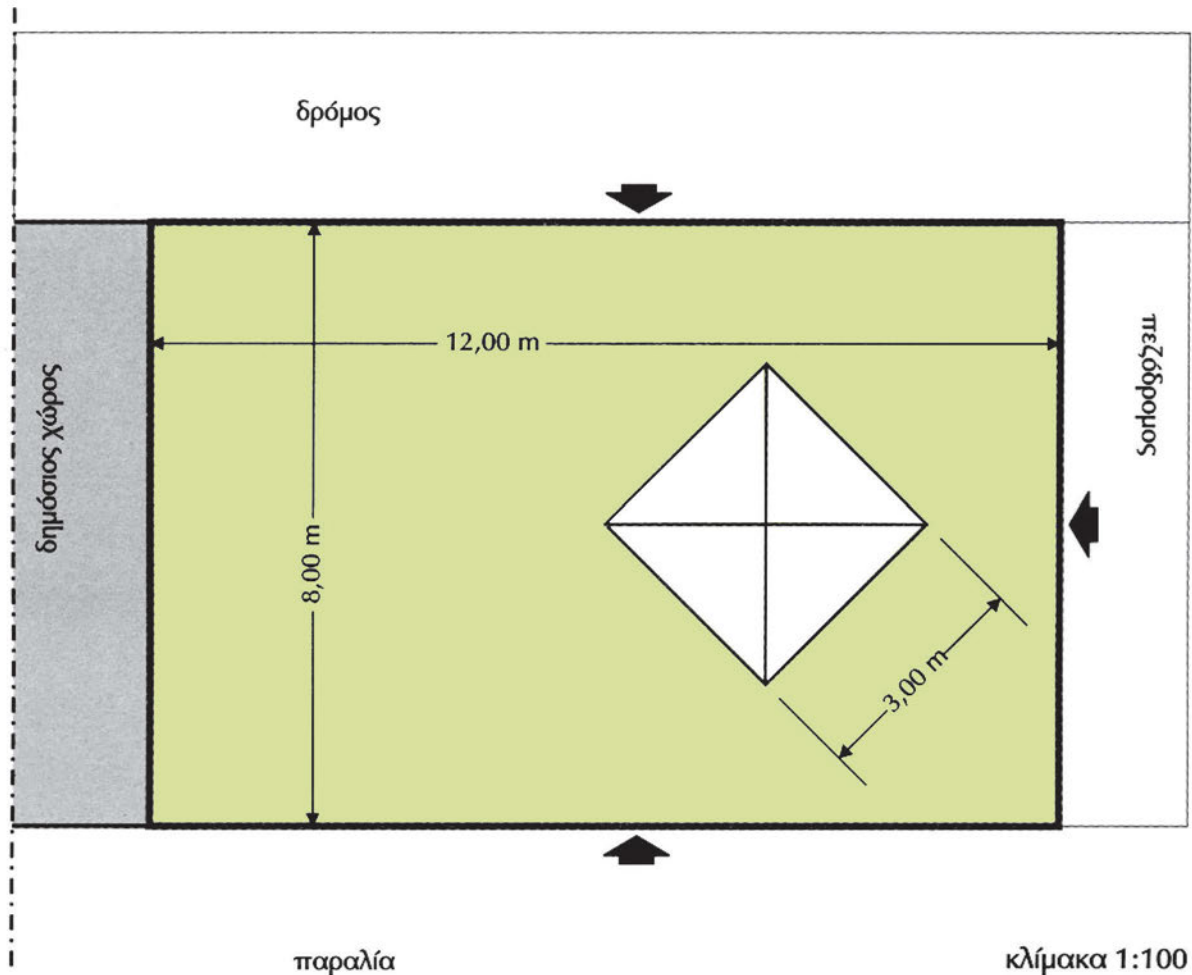
Ζητείται η διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου με:

- δαπεδόστρωση
- καθιστικά
- ελαφρό στέγαστρο

και όποιο άλλο στοιχείο κρίνετε απαραίτητο για τη σωστή λειτουργία του χώρου και την ευχάριστη παραμονή του κοινού.

Η εργασία θα πραγματοποιηθεί από ομάδες 2-4 ατόμων που θα δημιουργήσουν ένα δειγματολόγιο υλικών, αντικειμένων, επίπλων εξωτερικών χώρων κτλ.

και θα παρουσιάσουν μια μακέτα του περιβάλλοντος χώρου σε κλίμακα 1:20.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΠΗΓΕΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- Π. Αλεξίου, Βιτρίνα - βιτρίνες, καταστήματα, εκθεσιακοί χώροι, Πρίσμα, Αθήνα, 1986.
 Γ. Μέγας, Ενθύμιον - Από τη ζωή της Εβραϊκής Κοινότητας της Θεσσαλονίκης, Καπόν, Αθήνα, 1993.
 Ρ.Φ. Τζόρνταν (μετ. Δ. Ηλίας), Ιστορία της Αρχιτεκτονικής, Υποδομή, Αθήνα, 1981.
 Παγκόσμια Ιστορία, τόμοι 6 και 9, Time Life books, Αφοί Καπόπουλοι & Σια, Αθήνα, 1990.

ΠΡΟΣΟΨΗ

- N. Currimbhoy, Designing Entrances for Retail and Restaurant Spaces, Rockport Publishers, Massachusetts, 1999.
 V. Barr-K. Field, Stores - Retail Display & Design, PBC International Inc, N.Y., 1990.
 M. Portaw, Windows - The Art of Retail Display, Thames & Hudson, London, 1999.
 Shoichi Muto, American Signs & Facades, Shotenkenchiku - Sha, Tokyo, 1999.
 Display Designs in Japan - Vol.I - Show Windows, Rikuyo - Sha, Japan, 1991.
 European Masters / 3 - Shop Design, Editiones Arrium, Barcelona, 1991.
 Design - Επιλεγμένα Καταστήματα I & II, Μαλλιάρης Παιδεία, Θεσσαλονίκη, 1998.
 Διεθνές Design I, Αλκυών, Αθήνα, 1991.
 Design Εσωτερικών Χώρων 2, Αλκυών, Αθήνα, 1991.
 Design Καταστημάτων 1, Αλκυών, Αθήνα, 1991.
 Design Καταστημάτων 2, Αλκυών, Αθήνα, 1991.
 Η. Ψιλοπούλου, Βιτρίνα, σημ. ΤΕΙ, Αθήνα, 1990.
 Σ. Τύμπας, σημ. ΤΕΙ, Αθήνας, 1990.
 Ρ. Κόλμπορν (μετ Β. Αγγελόπουλος), Διακόσμηση Βιτρίνας & Παρουσίαση Εμπορευμάτων, Ίων, Αθήνα, 1998.
 S.S. Pietro, Vetrine a Milano, Editioni I' Archivolto, Milano, 1995.
 S.S. Pietro - P. Gallo, New Shops 6 - Made in Italy, Editioni I' Archivolto, Milano, 2000.
 Γ. Βακιτζής - Π. Γράββαλος - Κ. Τζιμούλης, Η λαϊκή Επιγραφή στην Ελλάδα, Παπαστρατός ΑΒΕΣ, Αθήνα, 1974.

ΦΩΤΙΣΜΟΣ

- E. Wilhide, Φως & Χώρος, Μέλισσα, Αθήνα, 1999.
 Φ.Β. Τοπαλή, Φωτοτεχνία - Βασικές αρχές φωτομετρίας και μελέτες φωτισμού, σημ. ΕΜΠ.
 Δ. Ευθυμιάτος, Φωτισμός υπαίθριων & εσωτερικών χώρων, ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη, 1977.
 Β. Παπαδοπούλου, Φωτισμός, σημ. ΤΕΙ, Αθήνα, 1988.
 Η. Ψιλοπούλου, Βιτρίνα, σημ. ΤΕΙ, Αθήνα, 1990.
 Κ. Μαθιός, Φωτισμός με οπτικές ίνες, περ. Αρχιτέκτονες, τ. 11 - Οκτώβριος 1998.
 Ι. Παυλίδης, Αρχιτεκτονικός σχεδιασμός και ο φωτισμός των κτιρίων, περ. Τεχνικά Χρονικά, ΤΕΕ, τ. 4 - Δεκέμβριος 1984.
 Σ. Ράπτης, περ. Figaro - Deco, Οκτώβριος 1995.
 Φ. Δημόπουλος, Φωτοτεχνία - Ηλεκτρικές Συσκευές.
 International Lighting Review, 1998.
 Κατάλογοι Εταιριών: Quark, Delta Light

ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

- J. Brooks, Garden Planning, Dorling Kindersley Ltd, London, 1992.
 J. Davidson, Garden Lighting - Contemporary exterior lighting, Ward Lock, London, 1999.
 Η αρχιτεκτονική των μικρών κήπων, Coraham Rose, Ψύχαλος, Αθήνα, 1999.
 Σ. Σίμου, Πλακοστρώσεις για πρωτότυπους υπαίθριους χώρους, Ελληνικές Κατασκευές, τ. 40 - Ιούλιος Αύγουστος 1999.

ΜΑΚΕΤΑ

- Martha Sutherland, Modelmaking - a basic guide, W.W. Norton & Co Inc, N.Y., 1999.
 C. Mills, Designing with models, John Wiley & Sons Inc., U.S.A., 2000.
 H. Rand, Hunderwasser, Benedict Taschen, Koln, 1993.
 C. Warncke, De Stijl 1917 - 1931, Benedict Taschen, Koln, 1991.
 Λίντα Μάρρεν, Μιχαήλ Άγγελος, Υποδομή, Αθήνα, 1993 (μετ. Ανδρέας Παππάς).
 Γ. και Ε. Σακελλαράκη, Κρήτη Αρχάνες, Εκδοτική Αθηνών Α.Ε., Αθήνα, 1991.
 Δ. Ρ. Θεοχάρη, Νεολιθικός Πολιτισμός, Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, Αθήνα, 1989.

Βάσει του ν. 3966/2011 τα διδακτικά βιβλία του Δημοτικού, του Γυμνασίου, του Λυκείου, των ΕΠΑ.Λ. και των ΕΠΑ.Σ. τυπώνονται από το ΙΤΥΕ - ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ και διανέμονται δωρεάν στα Δημόσια Σχολεία. Τα βιβλία μπορεί να διατίθενται προς πώληση, όταν φέρουν στη δεξιά κάτω γωνία του εμπροσθόφυλλου ένδειξη «ΔΙΑΤΙΘΕΤΑΙ ΜΕ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ». Κάθε αντίτυπο που διατίθεται προς πώληση και δεν φέρει την παραπάνω ένδειξη θεωρείται κλεψίτυπο και ο παραβάτης διώκεται σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 7 του νόμου 1129 της 15/21 Μαρτίου 1946 (ΦΕΚ 1946,108, Α').

Απαγορεύεται η αναπαραγωγή οποιουδήποτε τμήματος αυτού του βιβλίου, που καλύπτεται από δικαιώματα (copyright), ή η χρήση του σε οποιαδήποτε μορφή, χωρίς τη γραπτή άδεια του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων / ΙΤΥΕ - ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ.

Κωδικός βιβλίου: 0-24-0166
ISBN 978-960-06-2945-3



(01) 000000 0 24 0166 9