

*Мурадова В.В., Василенко Е.В. Цветовое оформление интерьера торговых помещений // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2019. – №3 (март). – АРТ 226-эл. – 0,3 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>*

### **РУБРИКА: ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ**

**Мурадова Виктория Вадимовна**

магистрант кафедры «Дизайн и прикладное искусство»

МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ),

г. Москва, Российская Федерация

**Василенко Елена Владимировна**

к. п. н., доцент кафедры «Дизайн и прикладное искусство»

МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ),

г. Москва, Российская Федерация

email.v.m@yandex.ru

## **ЦВЕТОВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ДИЗАЙН- ИНТЕРЬЕРА ТОРГОВЫХ ПОМЕЩЕНИЙ**

*Аннотация:* Тема статьи раскрывает актуальность проблемы - цветового решения интерьера помещения, предназначенного для торговли, его колорита, так как часто дизайн магазина делается за счет определенных рекомендаций по цветовому решению интерьера, зависящих от специфика конкретного магазина. С помощью цветового решения возможно визуально изменить габариты помещения, расширить пространство, создать ощущение более высоких потолков. Холодные цвета могут зрительно удалить объекты, а теплые наоборот, приблизить. Определенные цвета

могут вызывать определенные эмоции. Необходимо определение зависимости цветового решения интерьеров магазинов от их назначения.

*Ключевые слова:* цветовое решение интерьеров магазина, определенные цвета, зрительно удалить объекты, габариты помещения, расширить пространство.

**Muradova Victoria Vadimovna**

master's degree student of the direction of preparation " Design»

**Vasilenko Elena Vladimirovna,**

Ph.D., Associate Professor,

Department of Design and Applied Arts,

Moscow state University of technology and management by Razumovsky

(PKU),

Moscow, Russian Federation

## **COLOR DESIGN INTERIOR DESIGN COMMERCIAL PREMISES**

*Abstract:* The topic of the article reveals the relevance of the problem - the color solution of the interior of the room intended for trade, its color, as often the design of the store is done at the expense of certain recommendations for the color solution of the interior, depending on the specificity of a particular store. Using the color solution, it is possible to visually change the dimensions of the room, expand the space, create a feeling of higher ceilings. Cold colors can visually remove objects, while warm ones, on the contrary, can bring closer. Certain colors can cause certain emotions. It is necessary to determine the dependence of the color solution of the store interiors on their purpose.

*Keywords:* color scheme of store interiors, certain colors, visually remove objects, room dimensions, expand space.

При формировании первого впечатления об объекте большая часть внимания уделяется оценке его цвета. Цвет может оказывать определенное влияние на человека. При создании дизайна магазина стоит учитывать его специфику магазина, в котором планируется ремонт. Необходимо правильно подобрать цвет, чтобы посетителям было максимально комфортно совершать покупки. Каждый магазин для привлечения покупателей обязан иметь свой стиль и свою индивидуальность. «Применение в работе ассоциаций и фантазии, делает ее уникальной и авторской» [2, с.18].

Определенные цвета могут вызывать определенные эмоции. Красный цвет может означать опасность и может вызвать активность, оранжевый цвет поднимает настроение, желтый – цвет общения, зеленый – успокаивающий цвет, синий цвет спокойствию, коричневый – цвет надежности, белый вызывает у покупателей максимальное доверие, белый как символ легкости и совершенства.

Необходимо определение зависимости цветового решения интерьеров магазинов от их назначения. Задачами работы является:

- сбор информации о магазинах по категориям
- анализ оформления помещений, определения основных цветов
- обозначение общих характеристик

Данная тема является актуальной, так как часто дизайн магазина делается за счет определенных рекомендаций по цветовому решению интерьера, зависящих от специфика конкретного магазина. «Работа дизайнера по проектированию какого – либо интерьера обязательно включает в себя

работу над созданием художественного образа» [5, с.137] С помощью цветового решения возможно визуально подправить габариты помещения, визуально расширить пространство, создать ощущение более высоких потолков. Холодные цвета могут зрительно удалить объекты, а теплые наоборот, приблизить. «Декоративные сочетания цветов формируют образ композиционного решения» [8, с. 52].

Рассмотрим книжные магазины. В магазине «Читай-город» преобладают бежевые тона, а акценты делаются за счет ярко синего цвета. А в магазине «Библио Глобус» преобладают коричневые цвета, акценты делаются за счет желтых цветов.

Обновленный Дом Книги является крупнейшим книжным магазином Петербурга и одним из крупнейших в Европе. После ремонта он разместился на трех этажах здания. Торговая площадь магазина составляет теперь 2800 кв. м. (до ремонта — 1300 кв. м.). В просторных залах представлено более 100 тысяч наименований книг. Из них 80% — литература для специалистов по различным узкоспециальным разделам. Читателям представлен также огромный набор художественной и детской литературы, книг по домоводству, спорту, различным видам туризма, краеведению и картографии. При входе в магазин, посетитель сразу обращает внимание на колонны из зеленого мрамора. В интерьере, в основном, присутствуют коричневые цвета и светлые. Полки для книг из темного дерева, рисунок на полу создается за счет чередования светлой и темной плитки. Стены и потолок светлые, что визуальное увеличивает пространство, создает ощущение более высоких потолков.



*Изображение 1 - «Читай город»*



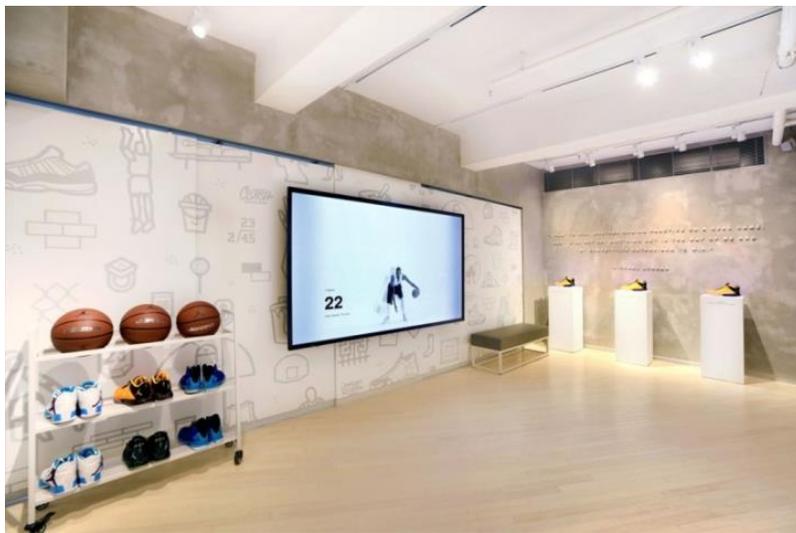
*Изображение 2 - «Дом книги»*

Далее проанализируем магазины спортивных товаров. В «Спорт Мастере» через всю помещение проходят широкие синие полосы, вдоль которых располагаются белые узкие полосы. Все создано для того, чтобы создать имитацию спортивных дорожек, как на стадионе. В интерьере присутствуют белые, светло-серые и синие цвета. В магазине «Rebook» присутствуют светлые оттенки, стеллажи с одеждой, а также стойка ресепшн – белые, стеллажи с обувью - светлые, а по периметру проводят широкие синие полоски. «IQ-Sport» - помещение с зелеными стенами, светлыми полками и полом

Сочетание белого и золотого в интерьере любой торговой точки – довольно удачный выбор. Доказательством тому служит стильное оформление магазина спортивной одежды иорданского бренда Air Jordan, который недавно открылся в одном из районов Гонконга. Просторные залы, высокие светлые потолки, грамотно спланированная система освещения, светящиеся рекламные дисплеи и богатейший ассортимент не могут не привлечь к нему внимание людей, которые предпочитают активный образ жизни. Особенно эффектно смотрятся стеновые панели из светлой древесины, которые окружают зону ресепшн, коридоры и лестничные пролёты. Они отлично сочетаются с белоснежным потолком и сероватым напольным покрытием. Блестящие глянцевые вертикальные и горизонтальные поверхности зрительно увеличивают и без того объёмные помещения, наполняя их мягким золотистым сиянием. И сам логотип компании, представляющий застывшего в прыжке спортсмена с мячом в руке, имеет цвет золотых медалей, к завоеванию которых стремится любой профессионал.



*Изображение 3 - «Reebok»*



*Изображение 4 - «Air Jordan»*

Рассмотрим продуктовые магазины.

В интерьере магазина «Грядка» присутствуют кирпичные стены, на полу – плитка. По периметру пола – она темная, а в центре пола создается рисунок за счет чередования светлой и темной плитки. Полки для товаров выполнены из темной древесины, а стеллажи из светлой. В супермаркете «Вкусвилл» стены окрашены в оливковые цвета, а на стеллажах проходят полосы из зеленых цветов. На полу светлая плитка. Супермаркет «Азбука вкуса» отличается яркой мозаикой на стенах, которая выполнена из желтых и светло-красных цветов, пол светлый.



*Изображение 5 - «Грядка»*

Таким образом, в продуктовых магазинах и супермаркетах – белый, оливковый, бежевый и коричневый, в спортивных магазинах – светло-зеленый и светло-голубой, в книжных магазинах – это, как правило, светло-коричневый и бежевые цвета, в магазинах электроники используются голубой и синие цвета. В магазинах «охота и рыбалка» часто используются цвет хаки, серый и коричнево-зеленый, в магазинах по продаже косметики и парфюмерии часто используются светло-голубой и светло-фиолетовые цвета.

Цветовое решение дизайна интерьера помещения, предназначенного для торговли, зависит от специфики конкретного магазина, от площади и характера архитектуры объекта, выбранного стиля, композиции проекта. С уверенностью можно сказать, что все это является «исторически сложившимся арсеналом принципов, методов и средств визуальной организации, художественно-образной выразительности и творческого формообразования» [9, с.138].

**Список использованной литературы:**

1. Алексеев, С. С. Цветоведение для архитекторов / С.С. Алексеев, Б.М. Теплов, П.А. Шевырев. -М., Л.: Гонти, 1952. 157с.
2. Бегидова С.Н., Василенко П.Г. Стилизованное рисование как особый вид художественного творчества Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. 2016. № 3 (183). С. 15-21
3. Беликова О.А., Котышов А.В. Проектирование пространства и предметной среды интерьера//В сборнике: Педагогическое образование на стыке эпох: инновации и традиции в сфере образовательных технологий. 2017. С. 191-194.
4. Вартанова Л.К. Методы развития творческой идеи в процессе обучения будущих дизайнеров// Педагогическое образование на стыке эпох: инновации и традиции в сфере образовательных технологий. Москва, 2017. С. 520-522.
5. Василенко П.Г. Стилизованное декоративное рисование как детерминант развития творческих способностей студентов художественных вузов//В сборнике: Профессиональная компетентность современного педагога Сборник материалов II Фестиваля педагогического мастерства. 2016. С. 136-139.
6. Ивенс Р. М.// Введение в теорию цвета, пер. с англ., М., 1964
7. Иттен И.// Искусство цвета, М., 2014
8. Лопасова Е.В., Паллотта В.И. К вопросу формирования у студентов понятия «декоративность» как базовой основы формирования профессионального мышления на занятиях монументальной живописью//Пути модернизации научно-исследовательской и образовательной деятельности в сфере культуры и искусства. Материалы 2-ой международной научно-практической конференции. Краснодар, 2012. С. 49-55.
9. Лопасова Е.В.// Дидактические принципы целостной методической системы развития композиционного мышления учащихся; Теория и практика общественного развития. 2012. № 10. С. 137-139.
10. Смирнова М.А., Вилкова А.А., Котышов А.В. Художник и среда//Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2009. № 4. С. 159-167.

*Дата поступления в редакцию: 18.03.2019 г.*

*Опубликовано: 25.03.2019 г.*

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2019*

*© Мурадова В.В., Василенко Е.В., 2019*