

КОМПОЗИЦІЙНІ ЕЛЕМЕНТИ В ПРОЕКТУВАННІ ІНТЕР'ЄРІВ МАГАЗИНІВ

Кузнєцова І.О., зав. кафедри КТД, д. мистецтвознавства,
Вишневська О.В., студентка кафедри КТД
Національний авіаційний університет

Анотація. Стаття присвячена дослідженню впливу композиційних елементів та засобів на проектування інтер'єрів магазинів.

Ключові слова: дизайн, композиція, елементи, інтер'єр магазину.

Аннотация. Кузнєцова И. А., Вишнеvская О. В. Композиционные приемы и средства в проектировании интерьеров магазинов. Стаття посвящена исследованию влияния композиционных элементов на проектирование интерьеров магазинов.

Ключевые слова: дизайн, композиция, элементы, интерьер магазина.

Annotation. Kuznetsova I., Vishnevskaya O. Composition's elements in planning of interiors of shops. The article is devoted to research of influence of composition receptions and facilities on planning of shops interior.

Keywords: design, composition, elements, interior of shop.

Постановка проблеми. В Україні та у всьому світі активно розвивається дизайн-проекткування інтер'єрів магазинів. Разом з вдалими ідеями завжди є місце не вдалим проєктів. Причиною невдач в більшості випадків є недостатньо правильне використання принципів формоутворення дизайну середовища.

Аналіз досліджень і публікацій. Однопозов С.Д. [4] та Кулебякін Г.І. [2] розглядають проблеми проектування магазинів, які написані ще за часів СРСР і тому в них спостерігається певний шаблон та стриманий стиль, який існував у ті часи. В книзі за перекладом Антона Жигульського [5] представлені ведучі інноваційні проєкти магазинів з описом та ілюстраціями.





Pipes А. [6] описує найважливіші, на думку автора, елементи та правила композиції, а Михайленко В. Є., Яковлев М. І. [3] розглядають елементи композиції з точки зору геометрії.



Виділення не вирішених частин загальної проблеми, котрим присвячена дана стаття. Питання створення об'єктного середовища та самого інтер'єру магазинів на базі основних композиційних елементів достатньо системно не розглядалося в наукових роботах, тому потребує детального вивчення та дослідження.

Мета статті: виявити основні елементи композиції при проектуванні інтер'єрів магазинів.

Виклад основного матеріалу. Pipes виділяє композиційні елементи: точку, лінію, форму, текстуру, простір, час та рух, поєднання світла й тіні, колір. Виділені елементи можна переглянути на прикладі магазинів в таблиці №1.

Таблиця №1

Елемент	Ілюстрації	Магазини
1	2	3
Точка		<p>Бутик Lanvin(Ginza) Токіо, Японія</p>
Лінія		<p>Emporio Armani Chater Road Китай Бутик Sita Murt (Avinuyó Street) Іспанія</p>
Поєднання світла й тіні		<p>ВЕНФ - Architekten бутик Bizarre Гамбург, Німеччина</p>
Форма		<p>MUE Shop 1 & 2 Сеул, Південна Корея</p>

<p>Колір</p>		<p>DeuxL, Vuafieri, Partners PUCCI Massimiliano & Doriana Fuksas Emporio Armani Chater Road Гонг Конг, Китай</p>
<p>Текстура</p>		<p>Studio 63 Miss Sixty Tokyo Токіо, Японія Gorman Shop Південна Ярра</p>
<p>Об'ємно просторова структура</p>		<p>Asymptote Architecture Carlos Miele Flagship Store Нью-Йорк, США</p>
<p>Час та рух</p>		<p>Neil Barrett Flagship Store by Zaha Hadid Токіо, Японія</p>

Точка виділяється як графічний акцент на площині. Незважаючи на свої відносно малі розміри, має досить широкі можливості в побудові композиції. Дуже часто саме вона є центром усього її ладу. З точки можуть створюватися цілі композиції на стінах та стелажах магазинів. Розглянута в якості композиційного елементу, точка може фокусувати на собі увагу глядача. Усе залежить від виявлених у композиції її властивостей: розташування на площині, відносного розміру, силуету, щільності заповнення, яскравості й ін. Наприклад, Hiroshi Nakamura & NAP Associates розробили Бутик Lanvin(Ginza) в Токіо, Японія. Базова концепція дизайну цього магазину полягає в тому, що тисячі “фотонів” у вигляді точок, постійно переміщуються й таким чином змінюють навколишнє середовище.

Лінії, які часто використовуються в інтер'єрах магазинах, можуть підкреслювати товар, а можуть виступати просто декоративним елементом. Лінії у більшості випадків і створюють динаміку в інтер'єрі (наприклад, лейтмотив торгового центру Massimiliano & Doriana Fuksas розробили Emporio Armani Chater Road у Гонг Конгу, Китаї, що й створює відчуття цього царства світла. Якщо лінія використовується як декор на стінах у вигляді полиць, сидінь, то вона може надавати відчуття видовженої будівлі, або будівлі з невисокою стелею. Наприклад, Murt (Avinuyó Street) у Барселона, Іспанія використовує вішалки по всьому магазину, вони виглядають як переплітаючі лінії, які з'єднують перший і другий поверх, плавно переходячи у поручні сходів.

Форма – це результат поєднання ліній. З цього виходить, що лінія та створені нею форми є базовим елементом в проектуванні дизайну магазину.

Текстура – це властивість, завдяки якій можливо зрозуміти матеріал та фактуру об'єкта, іноді навіть без дотику до нього. Має широкий спектр застосування в оздобленні магазину. Різні текстури (тканини, пластмаси, дерево) надають інтер'єру магазинів особливу атмосферу, наприклад, меблі з пластмас – атмосферу елегантності та сучасності.

Поєднання світла й тіні – не менш важливий елемент композиції. Завдяки світлу та тіні можливо підкреслити форму, виявити об'єм, надати фактури та ілюзію кольору. Наприклад, в звичайному магазині можна виділити достоїнства товару та скрити його недоліки.

В дизайні інтер'єру магазинів однією з найважливіших речей є виявлення простору, завдяки якому можна продумати зонування магазину для збільшення кількості продажу. В цьому допомагає такий композиційний елемент як об'ємно-просторова структура. Виявляти цей елемент дозволяють такі засоби: відносний масштаб, дистанція, пересічення, прозорість, перспектива та ін.

Такий елемент композиції як час та рух в інтер'єрах магазинів може створювати ілюзію руху, або навпаки статику; змушувати людей пересуватись

по території магазину швидше, купувати більше, або навпаки – розслабитися та насолоджуватись моментом спокою за чашкою кави.

З композиційної точки зору колір являє собою специфічний засіб, що викликає в глядача додаткові емоційні відчуття із приводу графічної форми. Він сприяє досягненню її більшої виразності. Колірна гармонія, правильний вибір колірних комбінацій підсилюють композиційний задум, зв'язують або роз'єднують окремі зони. На сприйняття магазину або відділу покупцями впливає колірна гама інтер'єру.

Для кожного магазину рекомендують свій колір, оскільки він впливає на психологічне враження покупців та продавців. Якщо магазин перенасичений кольорами важливо побудувати в магазині зону де колір більш стриманий, де б продавець міг відпочити, оскільки вони перебувають в магазині близько восьми годин. Освітлення є дуже важливим чинником при проектуванні дизайну магазину, який впливає і на кольорову гамму магазину також. Наприклад, при розробці ювелірного магазину важливо правильно побудувати освітлення, направляючи його на ювелірні вироби. Правильне освітлення з акцентними підсвітками надасть більш коштовного і вишуканого вигляду будь-якому товару.

За допомогою освітлення в магазинах можливо створити враження розкоші, винятковості та затишку. Дизайн, обробка та освітлення повинні гармонічно об'єднуватися з викладкою товарів та підкреслювати достоїнства продукції. Але дизайн обов'язково повинен відповідати фірмовому стилю. Добре освітлення приміщення підвищує працездатність, темне приміщення навпроти не лише знижує працездатність, але і шкідливо для здоров'я персоналу.

Висновки. Основними елементами композиції при проектуванні інтер'єрів магазинів являється лінія та колір.

Подальший напрямок дослідження. Естетично-гармонійне середовище передбачає урахування формальних правил, основними з яких являються правила композиції. У зв'язку з цим необхідно дослідити використання композиційних правил при проектуванні інтер'єрів магазинів.

Література:

1. Гребенюк Т.Е. Основи композиції та рисунок. – К.: Техніка, 1997. – 221 с.
2. Кулебакин Г.И. Особенности проектирования интерьеров торговых залов розничных магазинов. – М.: 1969. – 26 с.
3. Михайленко В. Є., Яковлєв М. І. Основи композиції: Геометричні аспекти художнього формотворення. – К.: Каравела, 2008. – 304 с.
4. Однопозов С.Д. Цветовое решение торговых помещений. – К.: Киевский торгово-экономический институт, 1967. – 11 с.
5. Магазины: лучшие проекты мира. – М.: ИД Жигульский, 2007. – 245 с.
6. Alan Pipes Foundations of art and design / second edition. – London: Laurence King publishing ltd, 2008. – 272 p.

Надійшла до редакції 31.03.2010