



ТОЛЬЯТТИНСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Е.Ф. Владимирова

ИНТЕРЬЕР И ОБОРУДОВАНИЕ

Учебно-методическое пособие

Тольятти
ТГУ
2011

Министерство образования и науки Российской Федерации
Тольяттинский государственный университет
Инженерно-строительный институт
Кафедра «Дизайн»

Е.Ф. Владимирова

ИНТЕРЬЕР И ОБОРУДОВАНИЕ

Учебно-методическое пособие

Тольятти
ТГУ
2011

УДК 747(075.8)

ББК 85.128я73

В573

Рецензенты:

кандидат культурологии, заведующий кафедрой дизайна

Тольяттинской академии управления *Е.В. Ищенко*;

член Союза архитекторов России,

доцент Тольяттинского государственного университета *Е.В. Сперк*.

В573 Владимирова, Е.Ф. Интерьер и оборудование : учеб.-метод. пособие / Е.Ф. Владимирова. – Тольятти : ТГУ, 2011. – 56 с.

Учебно-методическое пособие содержит краткую информацию, необходимую для освоения учебного курса «Интерьер и оборудование».

В пособии сделан обзор стилей и направлений в дизайне интерьера, рассмотрены основные принципы формирования интерьеров жилых, офисных, производственных и торговых помещений. Приведены сведения о различных видах оборудования, применяемых в интерьерах помещений разного назначения. Даны методические указания для выполнения практических заданий.

Предназначено для студентов специальности 070601.65 «Дизайн (дизайн среды)» очной формы обучения.

Рекомендовано к изданию научно-методическим советом Тольяттинского государственного университета.

ВВЕДЕНИЕ

Интерьер (от фр. *intérieur* – внутренний) – архитектурно и художественно оформленное внутреннее пространство здания, обеспечивающее человеку благоприятные условия жизнедеятельности; внутреннее пространство здания или отдельного помещения, архитектурное решение которого определяется его функциональным назначением.

В основе дизайна интерьера лежит синтез прагматических и художественных идей и решений, направленных на улучшение условий существования человека в целостной, эстетически совершенной форме. Интерьер складывается из трёх составляющих:

- строительная оболочка – пол, стены, потолок;
- предметное наполнение – оборудование, мебель;
- функциональные процессы, формирующие и пространство, и чувственно-психологическую атмосферу.

Цель изучения дисциплины «Интерьер и оборудование» – знакомство студентов с особенностями интерьеров помещений различного назначения (жилых, офисных, торговых, специализированных общественных помещений), выработка у студентов творческого подхода к созданию внутренних пространств различных видов помещений, формирование представления об основных принципах проектирования интерьеров на примерах работ современных дизайнеров-архитекторов. В процессе изучения дисциплины студенты должны:

- получить представление об основных принципах функционального зонирования интерьеров помещений различного назначения, о видах применяемой мебели и оборудования;
- овладеть знаниями об особенностях исторических архитектурных стилей, о формах их проявления в интерьере и об их влиянии на современное дизайн-проектирование интерьерных пространств;
- приобрести навыки графического изображения различных видов интерьерных пространств, применяемых в них предметов мебели и оборудования в планировочных схемах и объемных видах;
- научиться подбирать материал для графического изображения в соответствии с поставленной проектной задачей.

Распределение часов дисциплины по семестрам

Вид занятий	№ семестров, число учебных часов в семестрах																
	4		5		6		7		8		9		10		Итого		
	РУП	РПД	РУП	РПД	РУП	РПД	РУП	РПД	РУП	РПД	РУП	РПД	РУП	РПД	РУП	РПД	
Лекции					60											60	
Лабораторные занятия																	
Практические занятия																	
КСР																	
Аудиторные занятия																	
Самостоятельная работа					58											58	
Итого					118											118	

1.1. Классификация стилей в жилом интерьере

Стиль – общность образной системы, средств художественной выразительности, творческих приемов, обусловленная единством идейно-художественного содержания. Можно говорить о стиле отдельных произведений или жанра, об индивидуальном стиле отдельного автора, а также о стиле целых эпох или крупных художественных направлений, поскольку единство общественно-исторического содержания определяет в них общность художественно-образных принципов, средств, приемов (таковы, например, в пластическом и других искусствах романский стиль, готика, возрождение, барокко, рококо, классицизм).

За весь период существования человечества каждая эпоха и народ приносили в искусство интерьера что-то уникальное. Формирование стилей в интерьере неразрывно связано с архитектурными стилями, так как строительная оболочка интерьера создается по законам архитектуры. Развитие предметного наполнения интерьера определяется потребностями и вкусами людей той или иной исторической эпохи. На индивидуальную комбинацию конструктивных и декоративных элементов, характерных для какого-либо стиля, оказывают влияние уровень технического развития эпохи, климатические условия местности и национальный характер населения.

Стили можно разделить на две большие группы: исторические и этнические.

- **Исторические** – возникавшие и развивавшиеся в определенные периоды времени. Такие стили развивались постепенно, последовательно сменяя друг друга. По мнению искусствоведов, «полноценным» стилем можно считать лишь тот, который широко проявлен в различных сферах культуры, во всех видах искусства. Многие «большие» стили включают в себя несколько разновидностей. Принято выделять следующие исторические стили: древнеегипетский стиль, античный (классический) стиль, средневековые (замковый стиль), романский стиль, готический стиль, ренессанс (возрождение), барокко, рококо, классицизм, ампир, эклектика, модерн (Ар Нуво), конструктивизм, Ар-деко, минимализм, хай-тек, постмодернизм.

Кроме «больших» стилей, таких как готика, барокко, классицизм, модерн и т. д., в процессе исторического развития возникали также более мелкие стилевые категории — **направления**. Силевые направления появлялись фрагментарно, не охватывая все сферы культуры и искусства. К направлениям можно отнести бидермейер, неоготику, неоклассицизм, романтизм. В современном дизайне интерьеров выделяют такие направления, как Contemporary («современный»), экологический стиль.

В современном интерьере нет необходимости точно воспроизводить исторический стиль, так как он является отражением образа жизни людей той эпохи. Для точного воссоздания интерьера эпохи потребовалось бы изменить облик здания, его формы и пропорции, подобрать соответствующее предметное наполнение (мебель, посуду, текстиль), отказаться от многих видов инженерного оборудования, изменить образ жизни обитателей интерьера (их деятельность, внешность и костюмы). В современном интерьере используется стилизация — стилистическое подражание, свободная творческая интерпретация основных характерных элементов и приемов какого-либо стиля.

- **Этнические** — определяющиеся элементами народного (этнического) быта.

В начале XX века, когда возрастает интерес к этническим культурам, в обустройстве интерьеров формируется особенный стиль. Существует множество названий этого стиля: примитивный, этнический, «фолк», «экзотик», колониальный. Основной принцип данного стиля заключается во внесении внешних атрибутов культуры при создании интерьера, основанного на глубинных принципах выбранного этноса. Точнее будет говорить не об одном стиле, а о совокупности разнообразных стилевых направлений, сложившихся у каждой конкретной народности, или даже племени. Внутри каждого этноса всегда формируется свой особый стиль, поэтому уместно будет использовать термин «национальный стиль».

Применительно к современному интерьеру наиболее рациональным является не полная реконструкция национального интерьера, а создание «декорации», стилевой акцент. Наибольшую популярность сегодня имеют: первобытно-африканский, мавританский, марокканский, индийский, японский, китайский, мексиканский, английский, средиземноморский, скандинавский, русский национальные стили.

1.2. Инженерное оборудование

К инженерному оборудованию зданий относятся следующие.

- **Система теплоснабжения (отопления)** – служит для обогрева помещений в холодный период года и для поддержания нормативной температуры воздуха в помещении независимо от переменной температуры наружного воздуха. Каждая система отопления представляет собой комплекс элементов, предназначенных для получения, транспортирования и передачи необходимого количества тепла во все обогреваемые помещения. В жилых интерьерах наиболее широко применяют следующие виды отопления: водяное, паровое, электрическое и печное. В качестве отопительных приборов чаще всего используются радиаторы.

- **Система вентиляции и кондиционирования воздуха.** Организованная вентиляция – естественный или искусственный регулируемый воздухообмен в помещениях (замкнутых пространствах), обеспечивающий создание воздушной среды в соответствии с санитарно-гигиеническими и технологическими нормативными требованиями. В жилых интерьерах для кондиционирования воздуха применяются кондиционеры типа «сплит-система» и оконные моноблоки.

- **Система водоснабжения** – совокупность устройств, обеспечивающих получение воды из наружного водопровода и подачу ее под напором к водоразборным устройствам, расположенным внутри здания или объекта. В жилых зданиях используются хозяйственно-питьевые системы водоснабжения, предназначенные для подачи воды, удовлетворяющей требованиям, установленным СанПиН 2.1.4.559-96.

- **Система внутренней канализации** – предназначена для отвода сточных вод, образующихся в процессе хозяйственно-бытовой, санитарно-гигиенической и производственной деятельности человека. В жилых зданиях применяются бытовые и дождевые системы.

- **Система электроснабжения** – включает системы электропитания, системы заземления, электрооборудование. Электроснабжение – это совокупность мероприятий по обеспечению электроэнергией инженерного оборудования зданий. Электрооборудование зданий – совокупность электротехнических устройств, устанавливаемых в зданиях для создания нормальных условий деятельности находящихся в них людей (электрические машины, аппараты, приборы электрической

сети и т. п., обеспечивающие работу искусственного освещения, бытовых электроприборов, отопления, вентиляции, водоснабжения и вертикального транспорта). Электрическая сеть в интерьерах жилых зданий выполняется скрытой.

- **Вертикальный транспорт** – лифты. В жилых зданиях устанавливаются пассажирские и грузовые лифты.

1.3. Мебель в жилом интерьере

Ме́бель (фр. *meuble*, от лат. *mobile*) – вид изделий, обычно используемых человеком внутри помещений. Предназначается для хранения различных предметов, сидения, лежания, принятия различных поз. История развития мебели насчитывает много веков и тесно связана с развитием художественных стилей. Отдельные стили порождали не только особые виды и конструкции мебели, но и новые представления о её композиционных закономерностях. Кроме того, заметное влияние на декоративные, а отчасти и композиционные особенности мебели оказывали национальные традиции быта и искусства в целом.

Основные современные типы мебели

- **Стол** – предмет мебели, состоящий из горизонтальной поверхности (столешницы) и основания.

- **Стул** – предмет мебели, предназначенный для сидения одного человека и имеющий ножки и спинку. Аналогичная мебель без спинки называется табуретом.

- **Кро́вaть** (от греч. *κράββατος*) – предмет мебели, предназначенный для сна. Важной составляющей кровати является матрац.

- **Крeсло** – предмет мебели, представляющий собой просторный стул с ручками для упора локтей.

- **Диван** – вид мягкой мебели, предназначенной для сидения, лежания, отдыха хозяев дома и их гостей. Существует несколько разновидностей диванов: тахта, софа, канапе, оттоманка, диван-кровать, модульный диван.

- **Шкаф** – закрытая (в отличие от полки) мебель для хранения чего-либо. Обычно шкаф представляет собой отдельностоящий предмет мебели в форме параллелепипеда, однако часто он бывает встроенным в стену помещения. Современные шкафы различаются по принципам устройства

дверей: двери могут быть распашные на петлях, гармошкой или купе. По функциональному назначению шкафы подразделяются на несколько видов: кухонный шкаф, шкаф для одежды, комод, книжный шкаф.

Мебель в интерьере

Виды и расположение мебели, используемой в жилых интерьерах, напрямую зависят от зонирования и функционального назначения помещений. В жилом интерьере принято выделять несколько основных функциональных зон и соответствующих им типов помещений: прихожая, кухня, гостиная, детская комната, спальня, гардеробная, ванная.

1.4. Ткани и аксессуары в интерьере

Ткани — важнейший элемент в архитектурно-планировочной организации жилого интерьера, обеспечивающий его красоту и удобство. Ткань также имеет важное функциональное свойство — она поглощает звук. Это свойство может использоваться в интерьере. Ткань в интерьерах применяется в различных вариантах и выполняет множество функций:

- **портьеры** на окнах в качестве основного декоративного акцента, регулирующего количество тепла и света, попадающих в помещение;
- **напольный ковер** является выразительным декоративным элементом интерьера, служит средством утепления пола, обладает шумопоглощающими свойствами (приглушает шаги), способствует визуальному выделению функциональных зон;
- используется в **раздвижных перегородках — ширмах**, которые предназначены для визуального разделения помещений;
- употребляется для **обивки мебели**;
- применяется для **покрытия стен** в виде текстильных обоев и драпировок;
- участвует в оформлении интерьера **аксессуарами** (подушка).

Аксессуар (фр. *accessoire* от лат. *accessorius* — добавочный) — предмет, сопутствующий чему-либо. Подбор и размещение аксессуаров — это завершающие штрихи в дизайне интерьера. Аксессуары должны соответствовать стилистике интерьера помещения. Существует множество предметов, которые применяются для декорирования жилых интерьеров: скульптура, картины и постеры, фотографии, коллекции (оружие, монеты, посуда, куклы и т. д.), часы, аксессуары из текстиля (подушки,

батик, гобелены, ковры и т. д.), декоративные кованные элементы, витражи, предметы мелкой пластики (подсвечники, статуэтки). Для картин и фотографий необходимо грамотное оформление (багет, паспарту).

Вывод

Таким образом, для профессиональной работы с интерьером очень важно: иметь представление о стилях в интерьере, об их основных элементах и отличительных особенностях; уметь применять эти знания в работе над дизайн-проектом, что позволит создать яркий, неповторимый образ жилого помещения. Важно помнить, что наряду с эстетической составляющей в интерьере существует функциональная составляющая. Поэтому, кроме поиска стилистической направленности интерьера, должны вестись работы по зонированию помещения, по инженерному оборудованию, проектированию освещения, расположению мебели.

Изучив данную тему, студент должен:

иметь представление:

- о классификации стилей;
- инженерном оборудовании жилых зданий;
- историческом развитии мебельных форм;
- типах и материалах современной мебели;
- роли и функции тканей и аксессуаров в оформлении интерьера;

знать:

- основные понятия: стиль, стилевое направление, виды инженерного оборудования, мебель;
- названия и характерные черты исторических и этнических стилей;
- особенности формирования интерьеров в данных стилях;
- классификацию инженерного оборудования для жилых зданий и особенности их применения;
- основные типы современной мебели;
- особенности расположения мебели в жилом интерьере;
- способы применения текстиля в интерьере жилых зданий;

уметь:

- выявить отличительные особенности интерьера и его стилевую принадлежность при аналитической работе с аналогами;

- подобрать мебель в соответствии с функциональным назначением и стилистической направленностью интерьера;
- расположить предметы мебели в жилом помещении исходя из поставленных задач;

владеть навыками:

- графического изображения планировочного решения интерьера с расстановкой мебели;
- графического изображения перспективы интерьера жилого помещения; аналитической работы с аналогами.

Практические задания

1. *Проведите аналитическую работу с интерьером заданного исторического здания.*

- Задание направлено на закрепление полученной информации о стилях в жилом интерьере.

- Изучение интерьера проводится по репродукциям.

- В ходе выполнения задания нужно проанализировать, из каких компонентов складывается данный интерьер и охарактеризовать:

- объемно-планировочное решение;
- элементы предметного наполнения;
- орнамент, элементы декора;
- материалы и способы отделки интерьера;
- цветоволористическое решение интерьера.

- На основе проведенного анализа следует определить, к какому историческому стилю относится данный интерьер.

- Задание выполняется на листах формата А4 в виде пиктограмм, графических схем и текстовых пояснений.

- Материалы: фломастер, гелевая ручка, цветная бумага.

Критерии оценки: в задании оценивается информативность графики, последовательность аналитической работы, верное определение стиля интерьера.

2. *Подготовьте доклад по теме «Жилой интерьер в дизайне XX–XXI веков».* В ходе выполнения задания необходимо проанализировать творческий метод одного из современных дизайнеров (архитекторов) на основе спроектированного им интерьера жилого помещения по следующим пунктам:

- особенности объемно-планировочного решения;
- характеристика использования цвета;
- применяемые отделочные материалы;
- виды мебели, стиль, материалы, особенности расположения;
- способы применения текстиля в интерьере;
- особенности применения аксессуаров в декорировании интерьера.

Доклад должен содержать достаточное количество иллюстраций.

Критерии оценки: в задании оценивается полнота проведенной аналитической работы, логичность и последовательность в изложении темы.

3. Выполните клаузурный графический проект интерьера жилой комнаты заданной планировки.

- Задание направлено на формирование профессионального творческого подхода к проектированию интерьера жилого помещения. При выполнении проекта студент учится применять на практике полученные теоретические знания по расположению мебели и оборудования в интерьере.

- Для выполнения задания дается план одной или двух смежных комнат: гостиная, кухня, детская, спальня; предполагаемый потребитель (количество членов семьи, возрастные категории, стилевые предпочтения).

- В ходе выполнения задания нужно предложить несколько вариантов расположения мебели и оборудования (планировочные решения); перспективное изображение одного из вариантов.

- Проект выполняется на листах формата А4, техника выполнения подбирается самостоятельно (линейная графика; линейно-штриховая графика; черно-белая или цветная графика; аппликация)

- Материалы: карандаш, фломастер, гелевая ручка, цветная бумага.

Критерии оценки: в работе оценивается грамотность планировочного решения комнаты, расположения мебели и оборудования, соответствие проектного решения потребностям предполагаемого потребителя, уровень владения графическими материалами.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое стиль?
2. С чем связано формирование стилей в интерьере?

3. Назовите две основные группы стилей, дайте их краткую характеристику.
4. В чем отличие стиля от стилевого направления?
5. Какие исторические стили существуют? Каковы основные особенности интерьеров, принадлежащих этим стилям?
6. Назовите виды и функции инженерного оборудования, применяемого в жилых зданиях.
7. Какие основные типы мебели используются в современных жилых интерьерах?
8. Какие помещения и функциональные зоны выделяют в жилом интерьере, каковы принципы размещения мебели в этих помещениях?
9. Для чего применяют ткань и аксессуары в интерьере?

2.1. Инженерное оборудование

Инженерное оборудование производственных и офисных зданий по некоторым параметрам отличается от инженерного оборудования жилых зданий.

- **Системы теплоснабжения.** В таких зданиях применяют водяное, паровое, воздушное, панельно-лучистое и электрическое отопление. Выбор того или иного вида отопления является творческим процессом, поскольку тесно связан с назначением и архитектурно-строительным решением здания. В качестве отопительных приборов для промышленных и общественных зданий используют радиаторы, гладкотрубные приборы (с гладкой внешней поверхностью), конвекторы, ребристые трубы и калориферы (с ребристой поверхностью), различные панели и др.

- **Системы вентиляции.** Вентиляция – естественный или искусственный регулируемый воздухообмен в помещениях для удаления избытков теплоты, влаги, вредных и других веществ с целью обеспечения допустимых метеорологических условий (норм параметров) и чистоты воздуха в обслуживаемой или рабочей зоне. Кондиционирование воздуха – создание и автоматическое поддержание в закрытых помещениях температуры, относительной влажности, чистоты, состава и скорости движения воздуха, оптимальных, наиболее благоприятных для самочувствия людей, ведения технологических процессов, работы оборудования и приборов, хранения материалов. Для того чтобы обеспечить соблюдение заданных воздушных параметров в больших помещениях используются так называемые «полупромышленные» сплит-системы, центральные системы кондиционирования воздуха, системы приточной вентиляции. Центральными называются системы кондиционирования воздуха, обслуживающие несколько или одно большое помещение. Эффективное решение вентиляции помещений – это использование приточных вентиляционных установок. Приточная вентиляционная установка осуществляет фильтрацию свежего воздуха, при необходимости его нагрев (в холодное время года) и подачу в систему воздуховодов для раздачи по помещениям.

- **Системы водоснабжения.** В производственных и офисных зданиях могут использоваться хозяйственно-питьевые, производственные и противопожарные системы. Производственные системы водоснабжения обеспечивают подачу воды различного качества на технологические нужды различных потребителей.

- **Система внутренней канализации.** В зависимости от характера загрязнений отводимых сточных вод различают системы бытовые, производственные, объединенные и дождевые (внутренние водостоки).

- **Система электроснабжения** должна рассчитываться под большие мощности используемого оборудования. Для обеспечения надежной и безопасной работы электрооборудования в период эксплуатации необходимо при проектировании и монтаже выполнять требования, которые предъявляют к электроустановкам действующие нормативные документы.

- **Вертикальный транспорт** – лифты. По виду транспортируемых грузов лифты общественных и промышленных зданий подразделяются на пассажирские и грузовые. Их грузоподъемность должна соответствовать функциональному назначению.

2.2. Офисная мебель

Офис (англ. *office*, или контора (нем. *Kontor*) – помещение, в котором работают служащие. В офисе принимают клиентов, хранят и обрабатывают документы, архивы и т. п. Под офисом иногда также подразумевается рабочий кабинет руководителя или сотрудника какой-либо общественной организации, государственного органа, фирмы, корпорации и т. д.

Офисная мебель – один из важнейших компонентов любого офисного пространства. Она может дополнять общее дизайнерское решение офиса, а если мебель подобрана неудачно, то может разрушить впечатление от любого сколь угодно прекрасного интерьера. В современном офисе мебель – это не столько элемент обстановки, сколько инструмент, служащий для эффективной работы компании.

Большое разнообразие современных форм организации работы требует адаптируемых меблировочных решений, основанных на модульном принципе. Неформальные переговоры, коллективная работа, поочередное использование рабочих мест – все это нуждается в соот-

ветствующих типах мебели. Если раньше офисная работа в некоторой степени ограничивалась возможностями существующей мебели, то в современном динамичном офисе мебель должна приспособливаться к рабочим процессам. Для создания более здоровой офисной среды используются такие элементы, как регулируемые по высоте столы, которые обеспечивают смену положения при работе, перегородки с навесным оборудованием, подвижные и стационарные элементы мебели, обеспечивающие многофункциональность. Для меблировки офисного пространства используются следующие типы мебели:

- офисное кресло (стул) – бывает двух видов: кресло руководителя и кресло для рядовых сотрудников офиса;
- офисный стол – бывает нескольких видов: компьютерный стол, стол руководителя, стол для совещаний, рабочий письменный стол для персонала;
- тумба для документов и канцелярских принадлежностей;
- шкаф (стеллаж) для офиса – предназначен для складирования и хранения документации, справочной литературы и канцелярских принадлежностей;
- офисная перегородка – каркасная стационарная или мобильная конструкция, выполняющая функцию стены и делящая офисное помещение на индивидуальные рабочие зоны.

2.3. Отделочные материалы

Основным средством художественной выразительности офисного интерьера являются отделочные материалы. Определяющими факторами при подборе материалов являются художественно-декоративные свойства и физические характеристики. Они должны соответствовать стилистике интерьера, должны быть износостойкими, звукопоглощающими, влагостойкими, гигиеничными и удобными в эксплуатации. Немаловажным также является экологичность отделочных материалов. Грамотное применение современных материалов для отделки офиса способствует созданию имиджа компании и комфортных условий труда для сотрудников.

Отделка потолков. Для отделки потолков в офисных помещениях часто используют подвесные потолки. Они имеют ряд преимуществ:

такой потолок не требует дополнительного ухода и периодического ремонта; огромный выбор цветов и фактур материала; возможность сделать невидимыми, но при этом доступными инженерные системы и коммуникации. В подвесные потолки можно встраивать различные осветительные приборы и вентиляционные решетки.

Отделка пола. Все напольные покрытия делятся на два типа: мягкие и твердые. В офисных помещениях используются материалы, устойчивые к истиранию. Применяется гомогенный линолеум (коммерческий линолеум); ламинированный паркет повышенной прочности; ковровое покрытие (часто применяют модульное покрытие, состоящее из отдельных плиток). Также может использоваться керамогранит, реже – натуральный камень. Эти материалы имеют один недостаток – они хорошо отражают звуки.

Отделка стен. Для отделки стен используются материалы, устойчивые к истиранию и влажной уборке. Традиционно в офисных интерьерах применяется окраска помещений различными видами красок, декоративная штукатурка, иногда – моющиеся обои. В настоящее время появилось много новых специальных отделочных материалов.

- Многослойный материал, напоминающий обои, который делается на основе хлопчатобумажной ткани с виниловым или текстильным верхним слоем (в том числе из шелка, вискозы, хлопка и полиамида).

- Металлические обои. Они представляют собой металлическую фольгу, закрепленную на флизелиновой основе. Рисунок на металл наносят краской.

- Стеклообои. Они отвечают всем пожарным и гигиеническим требованиям, предъявляемым к таким помещениям. Стеклообои содержат в своей основе стекловолокнистую нить, поэтому трудно воспламеняемы, прочны и в то же время эластичны.

- Декоративные стеновые панели.

2.4. Аксессуары

Аксессуары в интерьерах офисных помещений должны подбираться исходя из общей стилистической направленности интерьера. Они должны содействовать созданию и поддержанию имиджа компании, могут являться носителем фирменного стиля. Еще одна важ-

ная функция аксессуаров – они помогают внести цветовые акценты в интерьер. При помощи аксессуаров в отдельных зонах можно смягчить строгую атмосферу офиса, в других – создать деловой настрой. Грамотный подбор аксессуаров, особенно с элементами фирменного стиля компании, помогает в создании сплоченного коллектива. Но важно помнить, что аксессуары офисного интерьера, в отличие от жилого помещения, должны иметь деловую направленность (куклы и подсвечники здесь неуместны).

Вывод

При проектировании интерьеров производственных и офисных помещений необходимо уделять большое внимание функциональному зонированию, созданию комфортных условий и для сотрудников компании, и для ее клиентов. Грамотный подбор и расположение предметного наполнения интерьера, использование функциональных и эстетических свойств отделочных материалов способствуют созданию необходимой атмосферы и поддержанию имиджа компании.

Изучив данную тему, студент должен:

иметь представление:

- об особенностях инженерного оборудования офисных и производственных зданий;
- планировочном решении офисного пространства;
- особенностях офисной мебели и оборудования офисов;
- применении специальных отделочных материалов и их характеристиках;
- специфике подбора и размещения аксессуаров в офисных помещениях;

знать:

- виды инженерного оборудования офисных зданий, особенности их применения;
- классификацию офисной мебели и ее назначение;
- типы используемых отделочных материалов, область их применения и основные свойства;

уметь:

- подобрать и расположить необходимые предметы мебели в интерьере офисного помещения;

- выбрать материалы для отделки помещения в соответствии с его стилистическим решением, родом деятельности компании и предметным наполнением интерьера;

владеть навыками:

- графического изображения планировочного решения интерьера офиса с функциональным зонированием и расстановкой мебели;
- графического изображения перспективы интерьера офисного помещения;
- графического изображения схемы отделки помещения и предлагаемых отделочных материалов.

Практические задания

1. Проведите аналитическую работу с интерьером офисного помещения.

- Задание направлено на закрепление теоретического материала об особенностях формирования офисного интерьера, о предметном наполнении и оборудовании офисных помещений.

- Анализ интерьера офисного помещения проводится по иллюстрациям в электронном формате.

- В ходе аналитической работы необходимо выделить характерные особенности интерьера по следующим пунктам:

- особенности объемно-планировочного решения;
- специфика зонирования помещения;
- стилистическое направление;
- виды применяемых отделочных материалов;
- офисная мебель: виды, материалы, особенности расположения;
- характеристика использования цвета в интерьере.

- Задание выполняется в виде презентации в программе Power Point, в виде схем с использованием фрагментов изображений данного интерьера.

Критерии оценки: в задании оценивается информативность презентации, последовательность аналитической работы, полнота проведенного анализа в соответствии с намеченными пунктами.

2. Выполните клаузуру на тему «Интерьер офисного помещения».

- Задание направлено на формирование профессиональных навыков в области проектирования интерьера офиса. В ходе выполнения проекта приобретаются навыки практического применения получен-

ных знаний в области формирования офисного пространства, расположения оборудования и предметов мебели.

- Для выполнения задания выдается чертеж плана пустого офисного помещения, для которого нужно предложить проект интерьера.

- В рамках задания необходимо:

- предложить направление деятельности и название компании;
- осуществить функциональное зонирование помещения;
- разработать планировочное решение;
- рационально расположить мебель и оборудование;
- предложить вариант применения отделочных материалов.

- Проект выполняется в любой графической технике (по выбору студента) на листе формата А3, с предварительным эскизированием – на листах формата А4.

- Материалы: фломастер, гелевая ручка, цветная бумага.

Критерии оценки: в работе оцениваются навыки работы с планом помещения; творческий подход к зонированию помещения, к расположению мебели и оборудования; уровень знаний по применению отделочных материалов; грамотная графическая подача и владение материалами.

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы особенности инженерного оборудования производственных и офисных зданий?
2. Какие функции выполняет офисная мебель?
3. Назовите основные виды современной офисной мебели.
4. Какие виды отделочных материалов применяются в интерьерах офисных зданий?
5. Какие факторы нужно учитывать при выборе отделочных материалов?
6. Какова роль аксессуаров в интерьере офиса?

Тема 3. ИНТЕРЬЕР МАГАЗИНА

Магазин (от фр. *magasin*) – специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям и обеспеченное торговыми, подсобными, административно-бытовыми помещениями, а также помещениями для приёма, хранения товаров и подготовки их к продаже (складами).

3.1. История презентации товаров

На протяжении всей истории товарно-денежных отношений продавец каждый раз старался выделить свой товар, сделать его привлекательнее. Этим занимается направление маркетинга – мерчендайзинг. Мерчендайзинг – это комплекс мероприятий, направленных на увеличение объемов продаж в розничной торговле. Он развивает популярность марок путем воздействия на потребителя и заключается в проведении специальных работ по размещению и выкладке товара, оформлению мест продаж и созданию эффективного запаса. Значение мерчендайзинга осознали давно. Первые прообразы универсальных магазинов появились в Европе еще в начале XIX века. С тех пор многое изменилось. Были изобретены и получили дальнейшее развитие новые методы торговли и маркетинга, виды упаковки и выкладки, а техника самой продажи переросла в психологическую схватку с новым поколением покупателей. Появились новые виды торговли, каждый из которых все полнее и тоньше использовал инструменты мерчендайзинга. **Мерчендайзинг** получил развитие в последние двадцать лет, но особенно быстро развивается в последние годы. Произошло это по причине совершенствования и насыщения рынка и, разумеется, обострения конкурентной борьбы. На сегодняшний день мерчендайзинг – наиболее быстро развивающееся направление в продвижении продаж (sales promotion).

Визуальный мерчендайзинг – комплекс мероприятий, осуществляемых в торговом зале с целью увеличения объема продаж и продвижения того или иного товара, марки, бренда, вида, сорта, упаковки путем специального их размещения, оформления пространства всего магазина, витрин, стеллажей для того, чтобы предоставить потребителю как можно больше информации о товарах.

Инструменты мерчендайзинга:

- дизайн магазина (как внешний, так и внутренний);
- планирование магазина (точнее, планирование потоков движения покупателей);
- реклама и прочие инструменты на месте продажи;
- цветовая блокировка;
- комплексные меры.

3.2. Типы магазинов

Магазины классифицируются по нескольким признакам. При классификации по ассортименту реализуемых товаров выделяют несколько **видов магазинов**: универсальные, специализированные, комбинированные, смешанные. Также магазины подразделяются на несколько типов. К основным признакам, определяющим **тип магазина**, относятся: ассортиментный профиль, размер торговой площади, форма торгового обслуживания. Форма торгового обслуживания – организационный прием, представляющий собой сочетание методов обслуживания. По формам обслуживания различают салонное обслуживание покупателей, индивидуальное обслуживание через прилавок или продавцом-консультантом в магазине самообслуживания.

По вышеперечисленным признакам можно выделить семь типов универсальных магазинов: гипермаркет, универмаг, магазин-склад, универсам (супермаркет), гастроном, товары повседневного спроса.

Среди специализированных магазинов можно особо выделить такой тип магазина, как бутик. Бутик (от фр. *boutique* – небольшой магазин, лавка) – небольшой узкоспециализированный магазин с ограниченным кругом клиентов. В бутиках обычно продаётся модная дорогая одежда или ювелирные изделия. Гастрономический бутик – небольшой магазин изысканных деликатесов. Как правило, гастрономический бутик расположен вместе с одноименным рестораном.

Розничные торговые предприятия также могут быть представлены в виде торговых комплексов и торговых центров. Торговый комплекс – совокупность торговых предприятий, реализующих универсальный ассортимент товаров и оказывающих широкий набор услуг. Торговый центр – совокупность торговых предприятий и предприятий по оказа-

нию услуг, реализующих универсальный ассортимент товаров и оказывающих широкий набор услуг, расположенных на определенной территории, спланированных, построенных и управляемых как единое целое.

Каждый магазин должен располагать комплексом помещений, необходимых для рационального функционирования торгово-технологического процесса. Состав и размеры помещений зависят от типа магазина и его общей площади. Торговые помещения занимают важнейшее место и несут основную функциональную нагрузку в магазине. Основным торговым помещением является торговый зал. Торговый зал можно разделить на несколько зон: установочная площадь, площадь выкладки (экспозиционная), зоны для проходов покупателей, площадь для организации рабочих мест продавцов, площадь зоны контрольно-кассового узла. Существует несколько вариантов технологических планировок торгового зала: линейная, боксовая, смешанная.

3.3. Имидж магазина

Имидж (от англ. *image* – образ, изображение) – искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Имидж создается пропагандой, рекламой с целью формирования в массовом сознании определённого отношения к объекту. Может сочетать как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые.

Имидж магазина – это целостный сложный образ, сложившийся в сознании людей из отдельных «кирпичиков» – характеристик, представлений, мнений, оценок, суждений, личного или чужого опыта, а зачастую – из мифов, слухов, предубеждений. Имидж магазина, его совокупный образ, складывается из индивидуальных образов, сформированных в головах тысяч людей. И от того, какие краски преобладают в картинке имиджа, зависят поведенческие мотивации людей в отношении магазина, в том числе мотивации покупательского поведения, то есть они определяют: ходить или не ходить в этот магазин, в каких ситуациях стоит в него ходить, а в каких нет; стоит ли верить на слово продавцам этого магазина и т. д. Чем далее отклоняется предприятие торговли в своих имиджевых характеристиках от образа «идеального

магазина», сложившегося в голове потребителя, тем реже он его посещает. Имидж любого магазина индивидуален, он меняется с течением времени, его можно формировать, им можно управлять. Дизайн магазина – ключевой фактор в разработке имиджа. Немаловажную роль в создании имиджа играет интерьер магазина и торговое оборудование.

3.4. Торговое оборудование

Виды торгового оборудования

- **Мебель** – играет важную роль в организации торгово-технологического процесса. Мебель для торговых предприятий принято классифицировать по следующим наиболее важным признакам: по месту применения (для торговых залов, подсобных помещений и мелкорозничных предприятий); по назначению (для приемки товаров, подготовки товаров к продаже, показа товаров, выкладки и продажи товаров, транспортировки и продажи товаров, расчетов с покупателями, для обслуживания покупателей); по товарному профилю (универсальная и специализированная торговая мебель); по конструкции (неразборная и сборно-разборная).

Мебель для торговых предприятий делится на следующие основные типы: пристенные и островные горки, секции замкнутых зон внутри торгового зала, прочие товароносители, прилавки, кассовые кабины для магазинов самообслуживания, корзины и тележки для покупок, вешала для одежды. Для оснащения магазинов также применяются: примерочные кабины и подставки для примерки обуви, столы для выписки чеков и упаковки товаров, столы для тканей и крупногабаритных товаров, столы передвижные для телевизоров, подиумы, столы-подиумы и т. д.

- **Рекламно-выставочное оборудование** – играет важную роль в организации деятельности торговых предприятий. В промтоварных магазинах такой тип оборудования представлен манекенами и полуманекенами, динамическими рекламными установками, различного рода подставками, планшетами для образцов мелких товаров, держателями одежды.

Витрины – оказывают большое влияние на общее впечатление о магазине. По характеру оформления они подразделяются на товарные, товарно-декоративные, сюжетные. С учетом технического устройства витрины делятся на статические и динамические. В витринах также могут использоваться звуковые установки и световые эффекты.

- **Торговое холодильное оборудование** — представляет собой охлаждаемые устройства, предназначенные для кратковременного хранения, выкладки и продажи скоропортящихся товаров на предприятиях розничной торговли. Такое оборудование по назначению делится на группы: для хранения товаров, для показа и продажи товаров, демонстрационное оборудование.

- **Торговое измерительное оборудование.**

- **Контрольно-кассовое оборудование.**

Определение рационального набора торгового оборудования и характер его размещения оказывают существенное влияние на эффективность использования площадей магазина. Торговое оборудование должно соответствовать фирменному стилю магазина и может являться носителем его элементов.

3.5. Презентационное оборудование

При проектировании интерьера магазина, подборе и расположении презентационного оборудования необходимо учитывать основные принципы визуального мерчендайзинга.

- **Оформление рекламными материалами** — определяется типом розничной торговой точки, месторасположением магазина, соответствием корпоративному стилю компании и рекламным акциям, активностью конкурентов и отношением потребителей. Оно подразделяется на внешнее и внутреннее. К первому относятся витрины, вывески, световые короба, и другие материалы, располагаемые снаружи магазина. Ко второму — оформление специальными (P.O.S.) материалами точек продаж. основополагающий принцип оформления — постоянное обновление материалов. Рекламные (P.O.S.) материалы должны: находиться непосредственно возле точки продаж товара или на пути следования к нему; быть уместны и не вызывать недоумения или раздражения, быть хорошо видны потенциальному покупателю; быть актуальными, так как материалы определенной рекламной кампании работают только ограниченное время.

- **Выкладка товара** — технологические процессы, связанные с расположением, укладкой и показом товаров на торгово-технологическом оборудовании. Особенно большое значение имеет выкладка товаров при продаже методом самообслуживания. В торговых залах магазинов самообслуживания применяются следующие приемы выкладки товаров:

навалом, штабелем, стопками, расположенными в ряд. Оборудование и размещение товаров в торговом зале должно способствовать созданию спирального движения покупателей и стимулировать попутные покупки. Наиболее значимые факторы: выкладка продукции на витрине или специальном оборудовании должна быть продумана до мелочей; место выкладки и расположения товара в торговых залах должно учитывать уровень просматриваемости товара; товар должен быть хорошо освещен. Основополагающий принцип размещения (выкладки) – поиск нужного товара должен быть максимально облегчен. Выкладка и оформление зависят от типа розничной точки, ее места расположения, оборота, возможностей торгового зала и профиля покупателей.

3.6. Освещение магазина. Специальные мероприятия

Освещение магазинов сегодня способно не просто создать комфортную обстановку для потенциальных клиентов и персонала, но и стимулировать продажи. Таким образом, освещение магазина – это эффективный инструмент продаж. В различных типах магазинов свет решает разные задачи: свет в супермаркете будет принципиально отличаться от светового решения.

Основные функции освещения магазина:

- организация пространства;
- выделение отдельных ярко оформленных островков из прилавков – аттракторов;
- выделение переходов;
- выделение коммуникаций межэтажных переходов, указателей;
- привлечение покупателей при помощи светового дизайна витрин;
- создание неповторимой атмосферы, что особенно важно в бутиках.

Недостаточная освещенность – основная причина некачественной презентации товаров, особенно если они выставлены в закрытых полках. В этом случае рекомендуется использовать локальный направленный свет. Тот же прием поможет сделать акцент на определенном товаре, заставить покупателя обратить на него внимание. На повышение заинтересованности покупателя работает и умелое применение цветного освещения.

Эффективность света как инструмента торговли доказана. Даже простое увеличение количества светильников или мощности ламп в

магазине с недостаточным уровнем освещенности может привести к повышению продаж на 20–30%.

Специальные мероприятия

Для эффективной работы магазина особенно важно создать в интерьере такую атмосферу, которая будет способствовать привлечению покупателей и созданию необходимого имиджа.

В создании **атмосферы магазина** важную роль играют несколько составляющих: визуальные компоненты, освещение, цвета, музыка и запахи, стимулирующие эмоциональное состояние и восприятие товаров покупателями и в конечном итоге влияющие на их поведение.

- **Визуальные компоненты** – изображения, знаки, указатели и театральные эффекты.

- **Качественное современное освещение** – это не просто имеющиеся в магазине светильники. Световые эффекты используются для выделения товаров, создания определенного настроения или пробуждения чувств, соответствующих данному месту или подкрепляющих имидж магазина. Выделение отдельных товаров и конструкций производится путем направления на них пучков света. Такие световые пятна привлекают взгляд и как бы ведут покупателя по магазину, от товара к товару. Для того чтобы выделить товар, источник света должен быть в три раза ярче основного освещения, только тогда световая граница будет заметна.

- **Цвет.** Грамотное использование цвета позволяет улучшить имидж магазина и способствует созданию определенного настроения у покупателей.

- **Музыка** – наравне с освещением и цветовым оформлением может вносить весомый вклад в атмосферу магазина. Музыка воздействует на скорость движения покупателей по магазину, создает различные образы, привлекает или направляет внимание посетителей.

- **Запахи** – самый быстрый способ изменения настроения посетителей магазина. Этот элемент также может использоваться для создания атмосферы.

Вывод

При работе с интерьером магазина важно определить, к какому типу относится данное торговое предприятие, исходя из чего проводится функциональное зонирование его помещений. В соответствии

с назначением помещений подбирается и размещается необходимое торговое оборудование. Дизайнеру необходимо знать и уметь использовать основные инструменты визуального мерчендайзинга, такие как: расположение торгового оборудования, выкладка товара на торговом оборудовании, освещение магазина, оформление рекламными материалами, применение специальных мероприятий.

Изучив данную тему, студент должен:

иметь представление:

- о комплексе мероприятий по оформлению магазина, направленных на увеличение объемов продаж; о классификации магазинов;
- необходимости создания целостного образа магазина;
- применяемом в интерьере магазинов оборудовании;

знать:

- основные понятия: магазин, визуальный мерчендайзинг, универсальный магазин, бутик, торговый комплекс, торговый центр, имидж магазина, выкладка товара, атмосфера магазина;
- основные инструменты мерчендайзинга;
- способы классификации магазинов, виды и типы магазинов;
- факторы, влияющие на формирование имиджа магазина;
- виды торгового оборудования и особенности его применения;
- особенности оформления магазина рекламными материалами (P.O.S.);
- выкладка товара: оборудование, принципы размещения;
- значение освещения магазина, основные функции и приемы;
- виды специальных мероприятий для создания атмосферы магазина;

уметь:

- подобрать необходимое оборудование в соответствии с типом магазина;
- применять основные инструменты визуального мерчендайзинга при проектировании интерьера магазина;
- создать в интерьере магазина необходимую атмосферу;

владеть навыками:

- изображения планировочного решения внутреннего пространства магазина и торгового оборудования;
- графического изображения интерьера магазина в объеме.

Практические задания

1. *Подготовьте доклад по теме «Интерьер и имидж магазина. Создание атмосферы».*

В докладе необходимо на примере одного из магазинов рассказать о способах формирования имиджа и атмосферы магазина средствами дизайна. Доклад выполняется в форме презентации в программе Power Point и должен включать:

- краткую характеристику направления деятельности магазина;
- описание интерьера магазина;
- анализ и характеристику основных элементов интерьера, оказывающих влияние на имидж (пространственное решение интерьера, торговое оборудование, освещение, стиль, отделочные материалы, освещение);
- характеристику атмосферы в данном магазине и способы ее создания;
- иллюстрации.

Критерии оценки: в задании оценивается полнота проведенной аналитической работы, логичность и последовательность в изложении темы.

2. *Предложите варианты функционального зонирования магазина.*

- Цели задания: закрепить полученные теоретические знания по расположению мебели и оборудования в интерьере магазина; научить применять их в проектировании.

- Для выполнения задания выдаются планы помещений различной площади.

- В ходе выполнения задания необходимо:

- выбрать наиболее рациональное помещение для магазинов различных типов: 1) супермаркета; 2) бутика женской (мужской) одежды; 3) магазина подарков;
- предложить варианты функционального зонирования трех магазинов (не менее двух вариантов по каждому магазину);
- обозначить основные функциональные зоны и виды предлагаемого оборудования.

- Задание выполняется на листах формата А4.

- Материалы: маркеры, гелевая ручка, цветная бумага.

Критерии оценки: в работе оцениваются навыки работы с планом помещения; творческий подход к зонированию помещения с учетом

необходимых требований; знание типов торговой мебели и оборудования; информативность графики.

3. Разработайте проект модульного многофункционального торгового оборудования для книжного магазина.

- Задание направлено на овладение навыками функционального зонирования, рационального расположения торгового оборудования, на создание имиджа магазина средствами дизайна.

- Для выполнения задания выдается план помещения, в котором необходимо расположить магазин.

- В ходе выполнения задания необходимо:

- предложить название магазина;

- придумать свой вариант фирменного многофункционального торгового оборудования, на основе которого будет формироваться образ магазина.

- Проект выполняется в форме клаузуры на листах формата А4 и включает: эскизы оборудования, виды возможного расположения, дополняется пояснениями и размерными схемами.

- Материалы: гелевая ручка, карандаш, фломастер.

Критерии оценки: в работе оценивается творческий подход к проектированию торгового оборудования и формированию образа магазина в интерьере, точность передачи проектной идеи графическими материалами.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое магазин?
2. Что такое мерчендайзинг? В чем его связь с интерьером магазина?
3. Какие инструменты визуального мерчендайзинга вы знаете?
4. Назовите основные виды и типы магазинов.
5. Имидж магазина, что это такое? Какие факторы влияют на формирование имиджа магазина?
6. Виды и функции торгового оборудования.
7. Какие виды рекламных материалов используются в магазинах?
8. Что такое выкладка товара? Основные принципы.
9. Какова роль и функции освещения в формировании интерьера магазина?
10. Какие специальные мероприятия используются для создания атмосферы магазина?

Тема 4. ИНТЕРЬЕРЫ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ

4.1. Образовательные учреждения

- **Детские дошкольные учреждения.** Здания детских дошкольных учреждений состоят из трех основных групп помещений: детских групп, общих помещений для детей (залы для занятий, мед. кабинет и т. д.), административно-хозяйственных. Основное требование к интерьеру и оборудованию помещений детских дошкольных учреждений – обеспечение наилучших санитарно-гигиенических условий и комфортной среды для детей и персонала. При проектировании интерьера необходимо помнить о специфическом масштабе детской мебели и оборудования, о важности создания развивающей игровой среды.

- **Школы.** Здания школ состоят из следующих основных групп помещений: учебных, рекреационных, учебно-спортивных, культурно-массового назначения, обслуживающих. Их планировка и оборудование определяется функциональным назначением, а также общим планировочным и конструктивным решением здания.

Интерьер школьного здания представляет собой сложную систему помещений. Важную роль в решении интерьера играют: организация движения учащихся, создание качественного освещения, создание комфортной среды с применением соответствующей мебели и оборудования.

- **Высшие учебные заведения.** Интерьеры зданий вузов имеют сложную планировочную структуру с большим количеством помещений. Все помещения вузов в зависимости от их функционального назначения относятся к следующим категориям: учебно-производственные, вспомогательные, подсобные. Планировочное решение и оборудование интерьеров помещений зависит от специфики вуза и от общей площади здания.

4.2. Санаторно-курортные учреждения

К таким учреждениям относятся: санатории, санатории-профилактории, детские санаторно-оздоровительные лагеря, дома отдыха и пансионаты.

Условия организации отдыха и лечения в зданиях курортно-оздоровительных учреждений и их комплексов обуславливают наличие в них следующих групп помещений: приемно-вестибюльных; спальных; общественного питания; для проведения культурно-массовых мероприятий; лечебных; административно-приемных; хозяйственно-бытовых. Количество, состав и площадь этих помещений зависит от профиля учреждения и его вместимости. Все помещения, входящие в состав таких зданий, имеют четко-функциональную направленность, которая оказывает огромное влияние на формирование их интерьера, выбор и размещение оборудования.

4.3. Спортивные комплексы

Спортивные сооружения классифицируются в зависимости от своего функционального назначения, т. е. от видов спорта, для которых они предназначены. Крытые и открытые спортивные сооружения разделяются на отдельные и комплексные (состоящие из нескольких сооружений для разных видов спорта, объединенных общностью территории или размещенных в одном здании). Открытые спортивные комплексы (стадионы) объединяют сооружения для одного или нескольких видов спорта (многофункциональные спортивные центры). По функциональному назначению они делятся на: спортивно-тренировочные, спортивно-демонстрационные, комплексы для спорта и отдыха. Основные моменты, которые следует учитывать при проектировании спорткомплексов: создание хорошей видимости и обзора, обеспечение заполняемости трибун и эвакуации зрителей. Также необходимо рациональное оборудование трибун и подтрибунного пространства, козырьковых покрытий и спортивных арен. Крытые спортивные сооружения подразделяются на спортивные залы, корты, бассейны, катки, крытые стадионы. В таких сооружениях также важно оборудование трибун и арен. Композиционное решение спортивных сооружений часто строится на выявлении работы несущих и несомых конструкций, что органично связано с их интерьером.

4.4. Культурно-развлекательные комплексы

Архитектурные общественные зрелищно-развлекательные пространства — арена, театр, цирк — формировались на протяжении веков.

Во второй половине XX века возникают крупные культурно-развлекательные центры как направление «индустрии развлечений». Основой создания таких объектов является формирование искусственных потребностей человека путем роста новых развлекательных средств. При этом используются последние достижения в области техники и высоких технологий, что требует нового подхода к проектированию интерьеров таких заведений. Необходимо учитывать особенности размещения технологического оборудования (аудио, проекционного, дисплейного, голографического, световых систем и т. д.). Интерьеры зданий, предназначенных для развлечений, также отвечают базовым потребностям человека, но отличаются от других интерьеров сильным эмоционально-содержательным компонентом. Поэтому при проектировании такого интерьера значительное внимание уделяется психологии человека, особенностям восприятия и поведения. Цифровые технологии несут новые возможности в формировании интерьеров развлекательных центров, позволяют создавать интерактивное, виртуальное пространство.

4.5. Вокзалы

Вокзал — комплекс зданий и сооружений, находящихся в пункте пассажирских перевозок (например, на станции, в порту, аэропорту), предназначенный для обслуживания пассажиров и обработки их багажа. Вокзал, как правило, содержит билетные кассы, камеры хранения, залы ожидания, пункты питания, комнаты отдыха, а также платформы. Интерьер, предметное наполнение зданий, подбор и расположение оборудования зависит от многих факторов: вида вокзала; площади зданий, входящих в его состав; функционального назначения помещений.

Виды вокзалов

- **Железнодорожный вокзал.** На внутреннее устройство вокзала значительное влияние оказывает соотношение пассажиропотоков и тип расположения вокзала относительно путей.
- **Автовокзал** (автомобильный вокзал, автобусный вокзал).

- **Речной, морской вокзал.** Основные части – вокзальное здание и причалы (перроны). По своим функциям и, следовательно, внутреннему устройству здание речного вокзала примерно соответствует зданиям железнодорожного и автобусного вокзалов.

- **Аэровокзал** (терминал аэропорта) – здание для обслуживания пассажиров воздушного транспорта и операций с багажом, обычно в аэропортах. Аэровокзал – место, где базируется большинство служб, обслуживающих пассажиров от момента входа на территорию аэропорта до вылета и от момента подачи трапа к самолёту до покидания аэропорта.

Вывод

Интерьеры всех специализированных общественных зданий имеют сложную планировочную структуру и включают большое количество помещений, имеющих различные назначения и функции. При работе с интерьерами таких зданий необходимо учитывать специфику общественного здания, его площадь, проходимость, а также функциональное назначение помещений.

Изучив данную тему, студент должен:

иметь представление:

- об основных видах специализированных общественных зданий;
- основных задачах при проектировании интерьеров этих зданий;

знать:

- виды учебных учреждений и принципы их функционального зонирования;
- факторы, влияющие на обустройство интерьера санаторно-курортных учреждений;
- виды спортивных комплексов, основные принципы проектирования пространств в составе спорткомплексов;
- современные тенденции проектирования интерьеров культурно-развлекательных комплексов;
- классификацию вокзалов, типы интерьерных пространств в составе вокзалов;

уметь:

- применять полученные знания при проектировании интерьеров специализированных общественных зданий;

- использовать навыки графического изображения внутренних пространств общественных зданий, основных видов оборудования.

При освоении темы необходимо акцентировать внимание на принципиальных отличиях формирования интерьера в зависимости от вида общественного здания.

Практические задания

1. *Подготовьте доклад по теме «Культурно-развлекательный центр. Особенности интерьера» на примере интерьера одного из КРЦ.*

Доклад должен включать:

- краткую характеристику деятельности КРЦ;
- иллюстрации;
- анализ особенностей образного решения интерьера;
- описание способа применения цвета в интерьере;
- характеристику способов создания атмосферы в интерьере;
- описание новых технологий, применяемых в интерьере КРЦ.

Критерии оценки: соответствие объема доклада предложенным пунктам, логичность и последовательность в раскрытии темы.

2. *Создайте проект интерьера помещения (или группы помещений) высшего образовательного заведения.*

- Задание направлено на формирование творческого подхода к проектированию интерьера образовательного учреждения.

- Для выполнения задания необходимо самостоятельно подобрать помещение в своем вузе на основе существующего строительного плана здания.

- В рамках задания нужно предложить вариант реконструкции помещения (учебной аудитории; рекреации и т. д.). Проектное предложение должно включать: зонирование помещения, расположение мебели и оборудования, цветоколористическое решение.

- Задание выполняется на листах формата А4.

- Техника выполнения и материалы подбираются на усмотрение студента.

Критерии оценки: в работе оценивается индивидуальность проектного решения, соответствие проектного предложения требованиям, предъявляемым к интерьерам учебных заведений, уровень владения графическими материалами.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие помещения входят в состав вокзала? Назовите виды вокзалов. Какие факторы влияют на внутреннее устройство и интерьер вокзалов?
2. В чем особенность работы над интерьером специализированных общественных зданий?
3. Какие типы образовательных учреждений вы знаете? Каковы основные принципы формирования интерьеров таких учреждений?
4. Какие факторы необходимо учитывать при проектировании интерьеров санаторно-курортных учреждений?
5. По каким признакам классифицируются спортивные комплексы? Каковы особенности устройства их интерьера?
6. Расскажите о современных тенденциях в проектировании интерьеров культурно-развлекательных комплексов.

Библиографический список

1. Агранович-Пономарева, Е.С. Интерьер и предметный дизайн жилых зданий / Е.С. Агранович-Пономарева, Н.И. Аладова. – Ростов н/Д : Феникс, 2005. – 352 с.
2. Архитектурное проектирование жилых зданий / М.В. Лисициан [и др.]. – М. : Архитектура-С, 2006. – 488 с.
3. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений / В.В. Адамович [и др.]. – М. : Стройиздат, 1984. – 543 с.
4. Голубков, Е.П. Основы маркетинга : учеб. / Е.П. Голубков. – М. : Финпресс, 1999. – 656 с.
5. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование торговых предприятий / Л.П. Дашков, В.К. Памбучиянц. – М. : Дашков и К°, 2006. – 520 с.
6. Дизайн : иллюстрированный словарь-справочник / Г.Б. Минервин [и др.]. – М. : Архитектура-С, 2004. – 288 с.
7. Ефимов, А.В. Архитектурно-дизайнерское проектирование. Специальное оборудование интерьера : учеб. пособие / А.В. Ефимов, М.В. Лазарева, В.Т. Шимко. – М. : Архитектура-С, 2008. – 136 с.
8. Логанина, В.И. Искусство интерьера: Современные материалы для отделки : учеб. пособие / В.И. Логанина, С.Н. Кислицына, С.М. Саденко. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 253 с.
9. Манучарова, Н.Д. Меблировка и эстетическое оформление гостиниц / Н.Д. Манучарова. – Киев : Вища школа, 1973. – 128 с.
10. Милосавлевич, Р. Интерьер жилого дома / Р. Милосавлевич. – М. : Стройиздат, 1988 – 88 с.
11. Молчанов, М.В. Основы архитектурного проектирования: социально-функциональные аспекты / М.В. Молчанов. – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 160 с.
12. Муромкина, И.И. Имидж розничного торгового предприятия: особенности формирования и восприятия / И.И. Муромкина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 2. – С. 21–23.
13. Рязанова, И.И. Формирование архитектурного пространства развлекательных центров средствами цифровых технологий / И.И. Рязанова // Академический вестник УРАЛНИИПРОЕКТ РААСН. – 2008. – № 1. – С. 70.
14. Сысоева, С.В. Большая книга директора магазина / С.В. Сысоева, Г.Г. Крок. – СПб. : Питер, 2009. – 432 с.
15. Элементы стиля : энциклопедия архитектурных деталей / под ред. С. Кэлоуэй. – М. : Магма, 2006. – 592 с.

Интернет-ресурсы

1. Атмосфера магазина [Электронный ресурс]. – URL : <http://www.market-journal.com/osnovyroznichnojtorgovli/117.html>
2. Виды линолеума [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.4living.ru/items/article/linoleum-home-and-office>
3. Дизайн интерьеров [Электронный ресурс]. – URL : <http://www.arhinovosti.ru/category/dizajjn-i-furnitura/interer-i-dizajjn-pomeshhenijj/>
4. Имидж магазина [Электронный ресурс]. – URL : <http://www.src-master.ru/article83.html>
5. Инженерное оборудование [Электронный ресурс]. – URL : <http://engineeringsystems.ru>
6. Инженерное оборудование зданий [Электронный ресурс]. – URL : <http://www.know-house.ru/engineering/index.html>
7. Инженерное оборудование зданий и сооружений [Электронный ресурс]. – URL : <http://www.buildingseq.ru>
8. Интерьер [Электронный ресурс]. – URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Интерьер>
9. Лучшие интерьеры магазинов [Электронный ресурс]. – URL : <http://interiorshops.ru/category/магазины>
10. Магазин [Электронный ресурс]. – URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Магазин>
11. Мебель [Электронный ресурс]. – URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Мебель>
12. Освещение магазина [Электронный ресурс]. – URL : http://www.usconsult.ru/b_055.html
13. Освещение магазинов [Электронный ресурс]. – URL : http://www.croner.ru/osveshenie_magazinov
14. Основные виды современной мебели [Электронный ресурс]. – URL : http://arealtrade.oml.ru/osnovnye_vidy_sovremennoy_mebeli
15. Офис [Электронный ресурс]. – URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Офис>
16. Ткани в интерьере [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.3dray.ru/fabric_design.htm
17. Торговое оборудование создает имидж магазина [Электронный ресурс]. – URL : <http://vasheslovo.com/business/equipment/8538.html>

Иллюстрации к теме 1. Жилой интерьер. Стили интерьера



Рис. 1. Готический стиль. Кёльнский собор



Рис. 2. Барокко, дворец Струберри-хилл



Рис. 3. Рококо, Гатчинский дворец



Рис. 4. Классицизм. Мраморный дворец. Санкт-Петербург

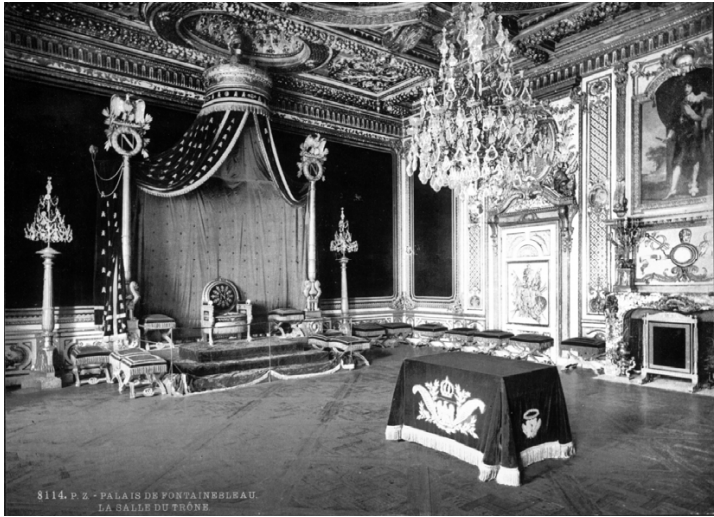


Рис. 5. Амбир. Дворец Фонтенбло



Рис. 6. Модерн. Виктор Орта

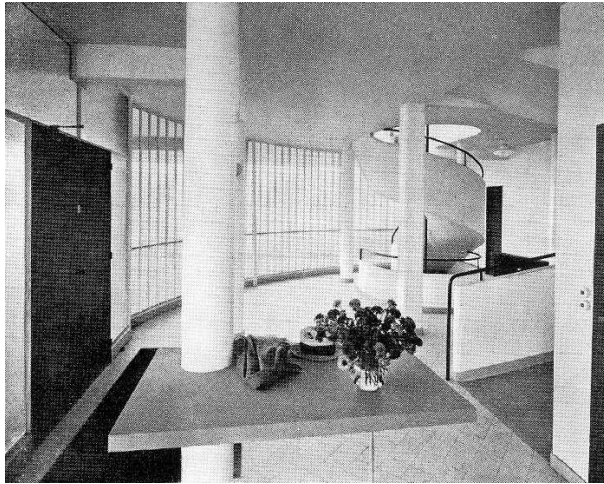


Рис. 7. Конструктивизм Ле Корбюзье, вилла Савой



Рис. 8. Ар Деко, Фрэнк Ллойд Райт, салон в доме Барнсдолла



Рис. 9. Интерьер в стиле минимализм



Рис. 10. Интерьер в стиле хай-тек



Рис. 11. Интерьер постмодернизма. Дизайнер Карим Рашид



Рис. 12. Интерьер в этническом стиле

**Иллюстрации к теме 2. Производственный интерьер.
Интерьер офиса**



Рис. 13. Зал для заседаний



Рис. 14. Интерьер офиса



Рис. 15. Кабинет руководителя

Иллюстрации к теме 3. Интерьер магазина



Рис. 16. Магазин Louis Vuitton, Лондон



Рис. 17. Магазин Butterfly Kisses, Глазго



Рис. 18. Интерьер продуктового магазина



Рис. 19. Интерьер супермаркета

Иллюстрации к теме 4
Интерьеры специализированных общественных зданий



Рис. 20. Класс в начальной школе. Глазго



Рис. 21. Интерьер лекционной аудитории в университете



Рис. 22. Олимпийский теннис-центр. Мадрид

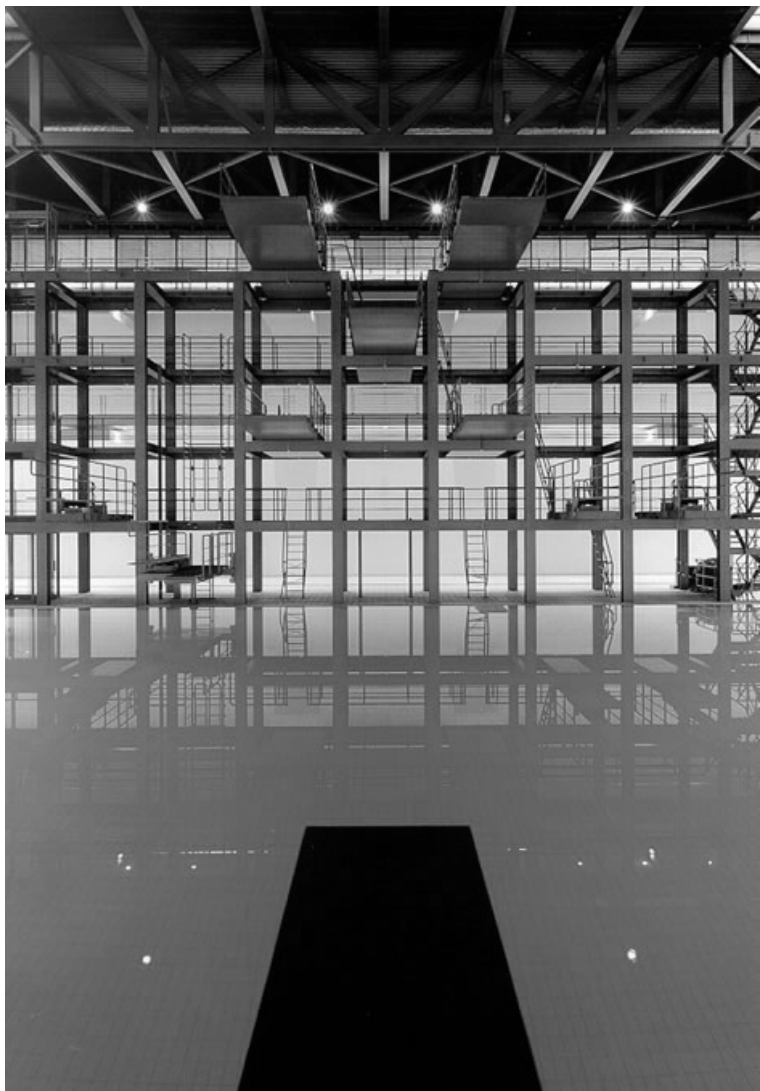


Рис. 23. Бассейн в Берлине



Рис. 24. Вокзал в Бельгии, Сантьяго Калатрава



Рис. 25. Аэропорт в Копенгагене

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Тема 1. ЖИЛОЙ ИНТЕРЬЕР.....	5
1.1. Классификация стилей в жилом интерьере.....	5
1.2. Инженерное оборудование.....	7
1.3. Мебель в жилом интерьере.....	8
1.4. Ткани и аксессуары в интерьере.....	9
Тема 2. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ИНТЕРЬЕР.....	14
2.1. Инженерное оборудование.....	14
2.2. Офисная мебель.....	15
2.3. Отделочные материалы.....	16
2.4. Аксессуары.....	17
Тема 3. ИНТЕРЬЕР МАГАЗИНА.....	21
3.1. История презентации товаров.....	21
3.2. Типы магазинов.....	22
3.3. Имидж магазина.....	23
3.4. Торговое оборудование.....	24
3.5. Презентационное оборудование.....	25
3.6. Освещение магазина. Специальные мероприятия.....	26
Тема 4. ИНТЕРЬЕРЫ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ.....	31
4.1. Образовательные учреждения.....	31
4.2. Санаторно-курортные учреждения.....	31
4.3. Спортивные комплексы.....	32
4.4. Культурно-развлекательные комплексы.....	33
4.5. Вокзалы.....	33
Библиографический список.....	37
Приложение.....	39

Учебное издание

Владимирова Евгения Федоровна

ИНТЕРЬЕР И ОБОРУДОВАНИЕ

Учебно-методическое пособие

Редактор *Е.Ю. Жданова*

Технический редактор *З.М. Малявина*

Вёрстка: *Л.В. Сызганцева*

Дизайн обложки: *Г.В. Карасева*

Подписано в печать 02.06.2011. Формат 60×84/16.

Печать оперативная. Усл. п. л. 3,25.

Тираж 100 экз. Заказ № 1-19-11.

Тольяттинский государственный университет

445667, г. Тольятти, ул. Белорусская, 14