

## СООДА ЖАНА ОЮН-ЗООК БОРБОРЛОРУНУН ЧӨЙРӨСҮН ТҮЗҮҮНҮН АРХИТЕКТУРАЛЫК ЖАНА ДИЗАЙН ПРИНЦИПТЕРИ

**Ахунжанова З., Рузибаев Б.**

*муғалим, Баткен району Кадамжай району проф. Лицей-115  
МУИТ студенти*

***Аннотация.** Макалада биринчи кезекте соода борборунун чөйрөсүндө архитектуралык жана дизайн принциптерин эске алуунун маанилүүлүгү эске алынган, анын жардамы менен имараттын жалпы образы түзүлөт, бул адамдардын андан аркы иши сапарынын маанилүү фактору болуп саналат. Макалада ошондой эле соода жана оюн-зоок борборлорунун чөйрөсүн түзүүнүн принциптери талкууланат.*

***Негизги сөздөр:** архитектура, дизайн, соода борбору, жалпы көрүнүш, образ, принцип, факторлор, структура.*

## АРХИТЕКТУРНО-ДИЗАЙНЕРСКИЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СРЕДЫ ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

**Ахунжанова З., Рузибаев Б.**

*преподаватель, Баткен обл. Кадамжайский р-н Проф. Лицей-115  
студент, МУИТ*

***Аннотация.** В статье в первую очередь учитывается важность рассмотрения архитектурно-дизайнерских принципов в среде ТРЦ, с помощью которого формируется общий образ строения, являясь важным фактором дальнейшего посещения людей. Также в статье рассматриваются и сами принципы формирования среды торгово-развлекательных центров.*

***Ключевые слова:** архитектура, дизайн, ТРЦ, общий вид, образ, принцип, факторы, строение.*

## ARCHITECTURAL AND DESIGN PRINCIPLES FOR THE FORMATION OF THE ENVIRONMENT OF SHOPPING AND ENTERTAINMENT CENTERS

**Akhunzhanova Z., Ruzibaev B.**

*teacher, Batken region Kadamzhai district Prof. Lyceum-115  
student, IntUIT*

***Abstract.** The article primarily takes into account the importance of considering architectural and design principles in the environment of the mall, with the help of which the general image of the building is formed, being an important factor in the further visits of people. The article also discusses the principles themselves in the formation of the environment of shopping and entertainment centers.*

***Key words:** architecture, design, mall, general view, image, principle, factors, structure.*

## **Введение**

Архитектура строения, а именно его стиль является одним из важных показателей состояния современного мира, и торгово-развлекательные центры как один из видов строения, входя в этот список, сравнительно занимает лидирующее положение в сфере обслуживания, тем самым вытесняя традиционные формы организации торговли. Причиной этому является один из основных преимуществ ТРЦ: способность объединять целый ряд разнообразных функций. И одним из основных функций ТРЦ является торговля. А в свою очередь развлекательная инфраструктура центра, выстраиваясь в непосредственной близости и включая разнообразные мероприятия, привлекает посетителей. Из этого следует, что причиной похода общества в ТРЦ обретает смысл не только в приобретении товаров или услуг, но и в потребностях эмоционально-психологического характера, не связанные с приобретением какой-либо покупки.

В качестве главных определяющих факторов частого посещения торгово-развлекательных центров служит ряд различных компонентов, в среде которых включен «образ» ТРЦ, выступающий также под общим дизайном архитектуры торгово-развлекательного центра. Ведь посетителей ТРЦ и ТРК не волнует об основе здания, о том, какие материалы были использованы в процессе постройки торгового центра; их главный привлекающий компонент – это общий образный вид и эстетика ТРЦ, с помощью которого посетители ассоциируют определённый центр, отличающийся от других. При постройке любого строения учитываются определённые принципы, и в эти принципы также входят вопросы мотивации поведения людей в среде ТРЦ, из-за чего и рассматриваются архитектурно-дизайнерские принципы, использующие при создании общего стиля здания.

## **Принципы**

С развитием интересов общества развивается и культура, а архитектура как часть культуры учитывает такой важный элемент в своей деятельности как стиль. Именно при набросках каких-либо будущих зданий, домов или этих же торгово-развлекательных центров учитывается внешний вид здания, затем к нему сопоставляются основные принципы, используемые уже при формировании свойств окружающих нас пространств. Принципы в архитектурно-дизайнерской среде формируются под действием различных факторов, образующиеся во всех сферах современной культуры.

### **Принцип №1: относимся к подборе цвета серьёзно.**

Для функционирования ТРЦ необходимо охватить движением весь комплекс. Данный принцип приводит нас к тому, что для охвата всего торгово-развлекательного центра важно заинтересовать поток посетителей, благодаря чему формируется вся инфраструктура строения таким образом, чтобы способствовать заинтересованному передвижению людей от одного определённого места на территории ТРЦ к другому. И на это способствует эстетичный вид всего здания, что снаружи и внутри, а именно цветовое решение. Отличным цветовым решением для привлечения общества и формирования определённых эмоций у клиентов сейчас выступает «колор-блок». С маркетинговой точки зрения выбор «колор-блока» может быть правильным для привлечения молодых людей. Также есть цветовая гамма, представляющая из себя несколько оттенков одного цвета. Это цветовая гамма обычно используется в более роскошных сегментах.

### **Принцип №2: рассматриваем ориентацию при движении потока посетителей**

Торговая среда создает своего рода пространство-сцену, на которой происходят различные процессы, и к каждому необходимо подобрать свои декорации, позаимствовав приемы их формирования из практики драматургии и сценографии, где основой реализации художественных идей являются композиция сценических процессов и их материального оснащения, что не возможно без досконального знания мотивов поведения человека в среде ТРЦ [3].

В каждом ТРЦ определяется распределение площадей, благодаря которому люди ориентируются на какой зоне они находятся. Чаще всего в ТРЦ существуют зоны: отдыха, питания, одежды, игровая зона и др. И учитывая данный принцип, образуется соответствующий стиль, дизайн под каждую территорию для ориентации того или иного отдела. Например, в игровой зоне расположены различные аттракционы, и общая система зоны образована так, что люди с лёгкостью определяют раздел, на котором они находятся. Поэтому все виды отделов должны быть видны с любого этажа, из-за чего центральная зона полностью открыта, а магазины, кафе, игровые аттракционы располагаются по бокам.

### **Принцип №3: минимализм**

Минимализм – это мировоззрение, образ жизни – это простота, доведённая до изящества и совершенства [1].

Минимализм является на сегодняшнее время доминирующим принципом, из-за чего охватывается не только в сфере архитектуры и дизайна интерьера, но и в других областях деятельности. При минимализме присутствует достаточно открытого воздуха, и при этом при вопросах формирования интерьера ТРЦ используются компоненты, делающие акцент на большое количество света. Замечали ли вы, что в подобных центрах используются часто приём открытого неба, т.е. самый верхний потолок как большое окно открывает взгляд на небо, и благодаря этому смотрится не только красиво, но и присутствует естественный свет.

#### **Принцип №4: для предания индивидуальности используем деконструктивизм**

Этот стиль призван разрушать классическое представление о форме. Он, в первую очередь, демонстрирует внутреннее содержание и функции ТЦ. Для деконструктивизма характерны: ломаные, разбитые на отдельные части линии, формы, объемы; сложная геометрия, многослойность, выявление структуры объекта [2].

Ссылаясь на приведённый принцип, часто используются сложная геометрия и снаружи здания. Ломанные формы, объекты придают виду ТРЦ интересный стиль.

#### **Принцип №5: натуральность**

Концепция стала всё чаще использоваться при формировании дизайна ТРЦ. Снаружи и внутри накладываются детали, напоминающие природную среду. Обычно это деревянные материалы, использующие в качестве декора, также это и некрашенные кирпичи, растения, битоны, камни в качестве аксессуара, искусственные водопады и другие элементы, придающие восприятию ассоциации природы и натуральности. Во-первых, выглядит стильно, а во-вторых, символизирует экологичность, так как отражает окружающую среду или природу только своей концепцией, природным происхождением. Для успешного применения этого стиля стоит придерживаться главного принципа эко стиля, которая гласит: естественность должна быть во всем.

#### **Принцип №6: используем граффити в качестве вызова**

Рисунки, нарисованные баллончиком с краской, нанесённые на городские постройки, клубы, стены, заборы – это граффити. Граффити имеют характер вызова. На первый взгляд может показаться, что граффити никак не вписывается в какой-либо интерьер; этот стиль больше ассоциируется с уличной жизнью, и люди привыкли видеть их именно на улицах, на стенах старых квартир. Данное

утверждение с каждым разом отходит на второй план, и граффити всё смелее используются во многих сооружениях. Данный принцип подталкивает нас к смелому использованию нестандартных форм цветовых гамм. Не смотря на это, всё же стоит соблюдать меру, и поэтому этот вид искусства применяют в ТРЦ только в определённых частях, а иногда и вовсе один раз, но зато крупным планом. Причиной использования граффити в меру является то, что ТРЦ представляют собой многофункциональные центры, интегрирующие в себя торговлю и развлечения, а раз он многофункционален, важно учитывать такой вкус стиля, который подошёл бы всем, из-за чего у каждого отдела торгового центра свой уникальный стиль.

### **Принцип №7: придерживаемся гармонии**

Ещё раз напомним, что ТРЦ – это многофункциональное сооружение, и очень важно учитывать интересы всего общества, если хотим способствовать к активному посещению. Ведь именно эстетика здания, интегрирующий в себя несколько видов деятельности, определяет восприятие посетителей и дальнейшее их посещение определённого торгово-развлекательного центра. Во всём учитывается гармония. Соответствие и сочетание предметов, используемых как для наружного, так и для внутреннего вида. Поэтому те же граффити, минимализм, деконструктивизм, эко стиль при общем использовании должны гармонично взаимодействовать друг с другом. Гармония как олицетворение устойчивости и равновесия, целостности и согласованности.

### **Заключение**

На сегодняшнее время ТРЦ – это не просто здание, интегрирующий в себя торговлю и развлечение, а маленький «город», который готов обслуживать не только интересы человека, касающиеся покупки, но и духовные интересы людей. Каждому торгово-развлекательному центру необходимо тщательно подходить к вопросу о дизайне и стиле. Именно стиль и дизайн самого сооружения и его интерьер является видом всех, находящихся там групповых предприятий.

Современные общественные интерпретации архитектуры и дизайна интерьеров включают в себя признание индивидуальности, архитектурное оформление внутреннего пространства здания за счет использования архитектурно-дизайнерских приемов, методов, способов и принципов. Задача этой деятельности – создать среду, которая будет доставлять комфорт посетителям и эмоционально-психологическое удовольствие. Принципы оформления интерьера торгового центра основаны на воздействии на

эмоциональное состояние потребителя с целью стимулирования его интереса к товару и совершения покупки.

В процессе проектирования ТРЦ обычно применяют принципы, подталкивающие на внесение больших панорамных окон, больших открытых пространств. Ещё выявлены такие принципы, которые побуждают использовать сложные геометрические фигуры, граффити, коллаборацию цветов, объекты и предметы, напоминающие природную среду, а также минимализм и другие средства для придания индивидуальности торговому центру. Используя такие принципы, важно придерживаться гармонии; рассматривать сочетание объектов между собой, их взаимодействие.

Для создания любого успешного сооружения недостаточно знать принципы, необходимо вооружиться профессиональными знаниями, умениями и навыками, также важно следить за быстроизменяющимися тенденциями. Но следуя тенденциям и трендам, включайте также и свои идеи в архитектурную среду, ведь тренды создают именно интересные идеи.

#### ЛИТЕРАТУРА:

- 1) **Шенцова О.М.** «Функционализм и минимализм в проектной культуре//Архитектура. Строительство. Образование». -г.2014. - № 1(3). - С.72-77.
- 2) **Шенцова О. М.** «Современные тенденции в дизайне интерьеров торговых центров». 2017г. -С.3-4
- 3) **Лукаш, Ольга Климентина Николаевна.** «Архитектурно-дизайнерские принципы формирования среды торгово-развлекательных центров»в. 2012 г.
- 4) **Н. Н. Лебедева. И. А. Марченкова.** «Архитектурная графика\учебно-методическое пособие». -Часть 1. 2019 г. - С. 5
- 5) Генеральный директор **LEKS Studio Алексей Нефедов.** «Топ-4 тренда в оформлении ТЦ: как привлечь и удержать посетителей». 2020 г.
- 6) **М.Н. Марченко (отв. редактор), О.А. Зиминая, С.Г. Ажгихин, М.С. Кучеренко, М.Е. Карагодина.** «ДИЗАЙН И АРХИТЕКТУРА: СИНТЕЗ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ\Сборник научных трудов». 2021 г - С. 9-11..
- 7) **Д. В. Ковалёв.** «Современные принципы в образовании архитектора-дизайнера». 2017 г. -С.5-6.
- 8) **Кристофер Александер, Сара Исикава, Мюррей Силверстайн.** «Язык шаблонов. Города. Здания. Строительство». 2014 г. -С. 355-357.
- 9) **Н. Митина. К. Горский.** «Маркетинг для дизайнеров интерьера: 57 способов привлечь клиентов». 2020 г. -С. 12-15.
- 10) **В. Макарова.** «Дизайн помещений. Стили интерьера на примерах». 2011 г. -С. 77-85