



Рисунок 5 — Часть полосы журнала «История и современность»

Грамотное использование колонэлементов, цветового кодирования, типографической иерархии снижает когнитивный барьер восприятия научной информации. То есть, дизайн выступает инструментом, преобразующим хаос данных в упорядоченную информационную среду, где читатель может легко выстраивать собственную траекторию изучения материала.

Список использованных источников

1. Васильев, С. Л. Несколько замечаний о моделировании процесса восприятия периодического издания / С. Л. Васильев // Вестник Башкирского университета. — 2009. — № 2. — С. 832–835.
2. Короленя, К. П. Особенности аппарата ориентирования читателя в литературно-художественном журнале «Дзезяслу» / К. П. Короленя // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. — 2022. — № 1 (255). — С. 111–116.
3. Скогорева, О. В. Акцентирование содержания как средство навигации в печатных текстах СМИ / О. В. Скогорева // Филология и человек. — 2009. — № 2. — С. 194–200.

УДК 721.05

**ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА КНИЖНОГО МАГАЗИНА
СРЕДСТВАМИ СЕМИОТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

Ху Вэньжань

магистрант

Самутина Н. Н.

доцент, канд. техн. наук

Витебский государственный технологический университет, г. Витебск

Рассмотрен семиотический подход в организации пространства книжного магазина. Изучены принципы формирования образа книжного магазина средствами семиотики. Рассматриваются спектр визуальных и тактильных элементов –

- Секция 5. Графический дизайн как средство информационной коммуникации и формирования медиаобраза

планировка, цветовая палитра и их влияние на восприятие и психологическое поведение посетителя.

Ключевые слова: книжный магазин, интерьер, семиотический анализ, визуальная идентичность.

Семиотический подход превращает интерьер книжного магазина в осмысленную коммуникативную систему: элементы оформления становятся носителями смыслов, позволяя формировать эмоциональную и психологическую реакцию посетителей и создавать запоминающееся пространство.

Цель работы – проанализировать средства семиотического анализа, благодаря которым формируется образ книжного магазина. Задачи: анализ семиотических элементов при проектировании интерьера; изучение возможностей для повышения привлекательности интерьерного пространства.

Установлено, что в интерьере книжного магазина любая деталь несёт смысловую нагрузку и влияет на поведение посетителя. В семиотическом подходе пространство рассматривается как текст, а элементы оформления – как система сочетающихся между собой знаков, способных интерпретироваться. Типы знаков, которые могут встречаться в пространстве книжного магазина, представлены в таблицах 1–3.

Таблица 1 – Индексальные знаки в пространстве книжного магазина

Описание	Пример в интерьере
Указатели на факт или событие	Табличка «новинки»
Акустический уют и комфорт	Текстильные панели и ковровин в лаунж-зонах
Акцент, срочность, привлекательность	Цвет. оранжевый «остров» новинок
Маршрутизация, упрощённый поиск	Навигация, цветные полосы на полу
Направление движения, исследование	Цветовой маршрут
Тактильный комфорт, безопасность	Ворсистый текстиль

Таблица 2 – Символические знаки в пространстве книжного магазина

Описание	Пример в интерьере
Абстрактные образы, вызывающие ассоциации	Логотип, отражающий ценности бренда
Коды уединения и защиты, побуждая детей «войти» в книгу и почувствовать себя героями собственных историй	Интегрированные ниши и «домики» в стеллажах
Традиция, устойчивость	Материал: деревянные стеллажи

Описание	Пример в интерьере
Культурная аутентичность, атмосфера книжности	Декор, каллиграфические цитаты на стенах
Уединение, ролевая игра	Игровые модули, ниши-домики в стеллажах
Свобода движения, сбор групп	Центральная зона, открытое пространство

Таблица 3 – Иконические знаки в пространстве книжного магазина

Описание	Пример в интерьере
Визуальная форма, отражающая объект	Витрина как раскрытая книга
Ассоциации с литературными сказками	Винтовая лестница и резные полки напоминают о волшебном мире
Идея синергии прошлого и будущего, преемственность книжных традиций	Смещение индустриального металла с тёплым деревом
Отсылки к «окнам» в сказочный мир, взгляд внутрь истории	Круглые и неправильной формы вырезы в полках
Символы свободы выбора и гибкость воображения	Изогнутые линии ковра и мягкие контуры мебели
Центр общения, открытость	Форма. круглый читальный стол
Окно в сказочный мир, приглашение	Вырезы в полках, круглые и неправильные отверстия

Основными кодами и идентификаторами в книжном пространстве являются:

- цветовые и фактурные сигналы. Тёплые натуральные оттенки дерева и текстиля создают ощущение уюта. Контрастные акценты (жёлтый, красный) привлекают внимание к акциям и бестселлерам, ассоциируются с энергией, творчеством и позитивом, побуждая к активным действиям. Белый фон стен и пола выступает как символ «чистого листа».

- типографика и графика. Единый шрифт на навигационных табличках упрощает ориентацию и воспринимается как системный признак порядка. Иллюстрации и цитаты на стенах работают как культурные коды, погружающие в литературную среду;

- пространственная организация. Центральные «острова» с новинками выступают индексными знаками. Читальные зоны в глубине зала напоминают о спокойствии библиотеки, и являются иконой уединённого чтения;

- мебель и предметная среда. Модульные стеллажи на колёсах символизируют гибкость и переменчивость книжного ассортимента

та. Кожаные кресла и деревянные столы задают классический «салонный» тон, ассоциирующийся с традициями;

– материалы и фактуры. Натуральное дерево на полках и столах создает ассоциацию с традицией и долговечностью. Металл и стекло в навигационных стойках и витринах задают современный, технологичный тон, намекая на инновационные форматы. Гладкие пластиковые или ламинированные панели на потолке транслируют современность и легкость ухода, указывая на технологичный подход к пространству.

Кроме того, элементы семиотики влияют на поведение посетителя следующим образом:

– ускоренная ориентация, индексальные знаки снижают «когнитивную нагрузку» и посетители быстрее находят нужный раздел;

– эмоциональное погружение, иконические и символические элементы вовлекают в «литературный» мир и формируют доверие;

– стимулирующее к покупке действие, яркие акцентные зоны и «ориентиры срочности» мотивируют к спонтанным решениям и увеличивают средний чек.

Установлено, что для создания комфортного и запоминающегося книжного пространства важно не только правильное зонирование и мебель, но и продуманная работа с восприятием посетителя. Ключевыми направлениями, которые позволяют усилить притягательность интерьера книжного магазина можно выявить следующие: сенсорный дизайн; цветовые акценты и освещение, в том числе многоуровневое; аудио- и аромосоставляющая; создание коллаборации, «книжных кафе». Также необходимо вводить информационные терминалы с рекомендациями, VR/AR-дополнения; виртуальные туры по тематическим подборкам, qr-коды на полках и интерактивные раскладки авторов в формате дополненной реальности.

Брендинг и навигацию можно решить следующими способами, представленными в таблице 4.

Таблица 4 – Брендинг и навигация

Элемент	Цель	Пример реализации
Цветовая кодировка секций	Быстрая ориентация по жанрам	Цветные полосы на торцах полок и табличках
Фирменные граффити-цитаты	Усиление имиджа и эмоционального отклика	Каллиграфия на стенах цитат любимых авторов
Интерактивная навигация	Интуитивный поиск нужного раздела через мобильное приложение	Карта-гид по магазину с функцией «веди меня»

В результате, семиотический анализ демонстрирует, что понимание и грамотное сочетание иконических, индексальных и символических знаков позволяет дизайнерам сознательно формировать не только путь посетителя по пространству, но и его эмоциональный отклик. А эффективное сочетание перечисленных решений позволит не только визуально обогатить интерьер, но и увеличить среднее время пребывания посетителей и стимулировать рост продаж.

Список использованных источников

1. Абрамович, Н. А. Визуальная коммуникация города Витебска / Н. А. Абрамович, Н. И. Тарабуко // Материалы и технологии. – 2023. – № 2 (12). – С. 22–27.
2. Еретин, А. В. Красота и прекрасное как выражение системной связи в методах конструктивного и стилевого проектирования среды интерьера / А. В. Еретин, О. В. Борисова // Вестник ГГУ. – 2023. – № 6. – С. 67–79.
3. Методика подбора мебельных многофункциональных изделий при разработке интерьеров / Д. А. Свиридов, А. П. Суворов, Д. Ю. Левин, М. А. Мищеринова // Вестник Воронежского института высоких технологий. – 2021. – № 1(36). – С. 74–79.
4. Попова А. В. Анализ видов наружной рекламы как объектов организации архитектурного пространства города / А. В. Попова // Архитектурно-строительный комплекс: Проблемы, перспективы, инновации. Сб. статей IV Междунар. науч. конф. Редколл.: Д. Н. Лазовский (председ.) [и др.]. Новополоцк, 2022. С. 39–45.
5. Самутина, Н. Н. Анализ форм визуальных коммуникаций общественной среды малых городов / Н. Н. Самутина, П.В. Танона // Архитектурно-строительный комплекс: Проблемы, перспективы, инновации. Сб. статей IV Междунар. науч. конф. Редколл.: Д. Н. Лазовский (председ.) [и др.]. Новополоцк, 2022. С. 46–49.