

АРТ-ИНТЕРПРЕТАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ЗАДАЧ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИЗАЙНЕ ТОРГОВЫХ ВИТРИН.

Тюрикова О.М., к.пед.н., доцент; Титинов В.В., ассистент;
Погорелов О.А., старший преподаватель
(кафедра дизайна архитектурной среды)
Недошитко О.М., ст.преподаватель
(кафедра рисунка, живописи та инженерной графики)

Арт-интерпретация коммерческих задач осуществляется средствами художественного дизайна, в сферу *задач которого* входит поиск средств: коммуникации и интеракции, просвещения и пропаганды, информации и ориентации, манипуляции и провокации, создания позитивного оригинального имиджа и подчёркивание статуса, формирования гедонистических переживаний: удовольствия, эмоционального подъёма, повышения самооценки и пр.

В основе дизайн-интерпретации лежит художественное воплощение *эмоциональной идеи*, создание эмоционального сигнала-установки. Результатом такой деятельности становится *средовое рекламное послание*, обращённое к целевой аудитории, специфический «язык» которого включает в себя то, что магазин предлагает потенциальному покупателю.

Этапы формирования направленного *психоэмоционального воздействия*: «неосознанное» блиц-ощущение (выделение периферийным зрением), перехват внимания (неожиданность, актуальность, диссонанс), привлечение и распознавание, магнетизм, пролонгирование внимания (увеличение интереса по мере приближения к витрине, информативность и возможность рассматривания на любом расстоянии) - вовлечение в процесс (взаимодействие, интеракция) - эмоциональное насыщение (получение желаемого, удовольствие).

Структура концепции художественного дизайна витрины включает в себя: - определение и провоцирование доминирующего *психологического* контекста, лежащего в основе *выборочного восприятия*: покупатель повинует *главному мотиву*, выбирая те сигналы окружающей среды, которые имеют *самый большой эмоциональный интерес* рекламной составляющей, - транслирование *эмоциональной идеи* (комфорта и безопасности, традиций, социального статуса, доминирования, принадлежности к группе, первооткрывателя и пр.); - установление *композиционных* и *цвето-колористических приоритетов*; актуализацию *срока* витринной экспозиции.