

Горячкин Александр Валентинович

студент

Полянцев Денис Владимирович

студент

Научный руководитель

Шайхлисламов Альберт Ханифович

канд. пед. наук, доцент

Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВО «Казанский

(Приволжский) федеральный университет»

г. Елабуга, Республика Татарстан

ВЛИЯНИЕ ПСИХОЛОГИИ ЦВЕТА НА ДИЗАЙН-ПРОЕКТ ИНТЕРЬЕРА В ОБЩЕСТВЕННОМ СЕКТОРЕ

***Аннотация:** в статье исследуется влияние психологии цвета на дизайн-проект интерьера в общественном секторе. Проблематика работы сосредоточена на выявлении механизмов, посредством которых цветовые решения в дизайн-проекте воздействуют на визуальные характеристики помещения (размеры, пропорции, глубину) и на субъективные ощущения людей (настроение, уровень активности, концентрацию внимания). Особое внимание уделяется противоречию между эстетическими предпочтениями и функциональными требованиями к разным типам помещений (жилые комнаты, офисы, общественные пространства).*

***Ключевые слова:** цвет, гамма, интерьер, психология, общественный сектор.*

Цвет – это неотъемлемая часть нашего огромного и красочного мира. Куда бы мы не взглянули, всегда можем увидеть множество различных оттенков, которые имеют свою психологию и оказывают на нас непосредственное влияние. Именно поэтому цветовую гамму крайне важно учитывать при разработке дизайна интерьера, а особенно – общественного сектора.

Дизайн интерьера в общественном секторе – это не только эстетика, но и инструмент управления поведением и эмоциями посетителей. Психология цвета изучает, как оттенки влияют на восприятие пространства и психоэмоциональное состояние человека. В общественных местах (торговых центрах, кафе, больницах, школах) грамотный выбор цветовой палитры (теплые и холодные оттенки) может повысить комфорт, безопасность и эффективность использования пространства.

Цвета делятся на:

- тёплые (красный, оранжевый, жёлтый) -активизируют, создают ощущение тепла и близости;
- холодные (синий, зелёный, фиолетовый) – успокаивают, визуально отдалют объекты; нейтральные (белый, серый, бежевый) – служат фоном, не вызывают сильных эмоций [1].

Разделение на цветовые направления и влияния цвета необходимо показать как основной механизм на следующих примерах.

1. Визуальная коррекция пространства: светлые и холодные тона визуально расширяют помещение; тёмные и тёплые оттенки делают пространство более камерным.

2. Эмоциональное воздействие: яркие цвета стимулируют активность; пастельные тона способствуют расслаблению.

3. Ассоциативные реакции: зелёный ассоциируется с природой и здоровьем; синий вызывает ощущение надёжности и стабильности [2].

Следовательно, на человека влияют не только цвета, но и их насыщенность и температура.

Как психология цвета реализуется в разных типах общественных пространств.

1. Торговые центры и магазины: Красный: привлекает внимание, стимулирует импульсивные покупки (часто используется в зонах распродаж); Жёлтый: создаёт радостное настроение, направляет поток покупателей; Зелёный: ассо-

цируется с экологичностью и качеством (подходит для отделов с органическими продуктами).

2. Офисы и бизнес-центры: Голубой: снижает стресс, улучшает концентрацию (идеален для переговорных комнат); серый: подчёркивает профессионализм, сочетается с яркими акцентами; зелёный: снижает утомляемость глаз (рекомендуется для открытых офисных пространств).

3. Кафе и рестораны: оранжевый: повышает аппетит, создаёт дружелюбную атмосферу; коричневый: ассоциируется с натуральностью (используется в интерьерах в стиле рустик); фиолетовый: подчёркивает премиальность заведения (в сочетании с золотом или серебром).

4. Медицинские учреждения: пастельно голубой: успокаивает пациентов, снижает тревожность; светло зелёный: ассоциируется с гигиеной и восстановлением; бежевый: создаёт ощущение тепла и безопасности.

5. Образовательные учреждения: жёлто зелёные оттенки: стимулируют умственную активность (в классах и библиотеках); голубой: помогает сосредоточиться на задачах; яркие акценты: поддерживают интерес детей (в детских садах и игровых зонах).

6. Общественный транспорт и зоны ожидания: нейтральные тона с акцентами (снижают ощущение скуки и тревоги); синий и серый (создают ощущение надёжности и порядка) [3].

Из этого следует, что каждый спектр цветовой гаммы имеет разную область применения за счёт своих особенностей влияния на человека. Поэтому выбор цветовой палитры для дизайна помещения должен строиться из функционала и предназначения комнаты или здания.

На практике дизайнеры сталкиваются с дилеммой:

– эстетика и функциональность – яркий дизайн привлекает внимание, но также и не перегружать восприятие в местах длительного пребывания;

– культурные различия – символика цвета меняется в зависимости от региона (например, белый в западных странах ассоциируется с чистотой, а в некоторых восточных – с трауром).

– сезонность и освещение – естественный и искусственный свет по-разному раскрывают оттенки, что требует тщательного подбора материалов.

Чтобы сбалансировать эстетику и функциональность, следует: учитывать назначение помещения (активность и релаксация); чтобы решить проблемы культурного различия, необходимо анализировать целевую аудиторию (возраст, культурные особенности); для того, чтобы решить проблему сезонности и освещения, стоит тестировать цветовые схемы на макетах или с помощью цифровых визуализаций; сочетать основную палитру с акцентными цветами для сезонов; использовать натуральные материалы (дерево, камень) для смягчения воздействия ярких оттенков [4].

Подводя итоги, складывается понимание, что психология цвета – важный инструмент в дизайне общественного сектора. Грамотно подобранная палитра не только украшает интерьер, но и управляет эмоциями посетителей, повышает эффективность среды и даже влияет на бизнес-показатели (например, конверсию в магазинах).

Современные тенденции склоняются к гибким решениям: сочетанию нейтральных фонов с динамичными акцентами, которые можно менять в зависимости от сезона или задач. Дальнейшие исследования в этой области создадут универсальные методики для проектирования комфортной и функциональной среды.

Список литературы

1. Иттен И. Искусство цвета / И. Иттен; пер. с нем. Л. Монаховой – 5-е изд. – М.: Д. Аронов, 2013. – 96 с.

2. Панкратова Т.В. Психология цвета в дизайне общественных пространств / Т.В. Панкратова // Дизайн и архитектура: современные тенденции. – 2023. – №4. – С. 45–52. – ISSN 2587-6588. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-tsveta-v-dizayne> (дата обращения: 20.05.2026).

3. Рабкин Е.Б. Цвет и его восприятие / Е.Б. Рабкин. – М.: Книга по требованию, 2012. – 224 с. – ISBN 978-5-458-38749-7.

4. Смирнова О.А. Цветовые решения в архитектуре и дизайне общественных зданий / О.А. Смирнова // Архитектура и дизайн. – 2022. – №3. – С. 112–119. – ISSN 2658-4069. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48765432> (дата обращения: 18.05.2026).