

## **ШИРОКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ «НЕОНОВОГО ИНТЕРЬЕРА» В ТОРГОВЫХ ПОМЕЩЕНИЯХ**

**Н. Г. Плахтий**

*Москва, Российский университет дружбы народов, Институт мировой экономики и бизнеса,  
специальность «Реклама и связи с общественностью», студент*

XXI в. – век инновационных технологий. Каждый день, выходя на улицу, мы встречаем тысячи людей, и каждый из них по-своему пытается как-то выделиться. Дети, молодежь и даже люди в среднем возрасте следят за своим стилем, стилем своих детей и по-всякому стараются быть яркими, неординарными, не похожими на других. Конечно, есть и некоторая доля людей, для которых неважно, как они выглядят, но все же даже эти люди могут обратить на себя внимание. Так происходит и в рекламной индустрии. Каждая компания придумывает что-то свое, использует те материалы, способы, которые не пользуются успехом

у других компаний. Многим это удастся, некоторые же проваливаются с треском, и тогда приходится возвращаться к тому, что проще. По моему мнению, компания должна представлять себя в меру ярко и интересно. В наше время существует достаточно много материалов, которые помогут сделать себя не похожими на других, и одним из таких материалов является неон.

«Яркость», «броскость» – именно эти два слова приходят на ум при упоминании такого вещества, как неон. На сегодняшний день неон признан лидером в сфере интерьерной подсветки. Российский потребитель уже привык, что неон получил широчайшее распространение в предпринимательской сфере, и это неудивительно, ведь с его помощью можно самым разнообразным способом украсить помещения кафе (SUBWAY), баров, ресторанов («Нияма» – японский ресторан), дискотек (диско-бар «СТЕНА»), ночных клубов (игровой клуб «Белый кот»), фирменных магазинов («Леруа Мерлен») и много других предприятий (МДЦ «Алина»). Неон и его способность принимать нужную нам окраску позволяют создавать любую атмосферу, в зависимости от того, для чего предназначено данное помещение.

Благодарить за этот необычный материал нужно английских химиков Уильяма Рамзая и Мориса Траверса, открывших его в июне 1898 г. Такой яркости и насыщенности не могут дать ни светодиодные линейки, ни люминесцентные лампы, а что является самым главным, так это непрерывность световой линии. Эти мягкие линии дают возможность ощущать освещенность помещения, не видя источников света. Неон – это тот материал, который позволяет визуально расширить небольшие площадки, сделать светлее, создавая мягкий, не режущий глаза свет. В США, Японии и в небольшом количестве в Европе понятие неоновой подсветки интерьеров уже давно является обычным для торгового помещения с целью выделиться в глазах покупателей и продемонстрировать определенный уровень внешнего вида помещения. В России же неон пришел только в начале 1990-х и стал использоваться в световой наружной рекламе, ориентированной на оформление фасадов зданий, бизнес-центров, торговых павильонов и точек продаж<sup>1</sup>. С его помощью можно выполнить всевозможные надписи, эмблемы, логотипы, как, например, неоновая вывеска Инвестбанка и сотового салона «Евросеть». Наиболее значимым как элемент интерьера неон стал на рубеже тысячелетия. Таким образом, можно сделать вывод, что неон является, пожалуй, самым эффективным средством подачи рекламной информации.

Неоновый интерьер должен быть продуман до мелочей. Ошибочным вариантом использования является тот, когда неон встречается в интерьерах магазинов в вывесках с открытым неоном, так как яркий свет отвлекает посетителя от предлагаемой магазином продукции. Редко когда используются неоновые детали в гипермаркетах. Чаще всего подсветки используются для интерьеров в крупных торговых центрах, а использование в модных бутиках красивого неоновых света становится более популярным. Использование неона демонстрирует то, что дизайнер прибегает к модным решениям. Неоном подсвечивают картины, потолочные ниши, настенные панно. Ниши, подсвеченные таким образом, смотрятся наиболее выигрышно в торговых помещениях. Мягкие линии неоновой подсветки позволяют покупателям видеть приятное освещение, не замечая при этом источников света, так как сами неоновые трубки скрыты от глаз посетителей. Явным преимуществом неоновых трубок также является то, что их можно изогнуть как угодно и придать практически любые формы, такие как буквы, узоры и другие декоративные элементы, кроме того, трубки можно наращивать до требуемой длины. Как было сказано ранее, интерьер должен быть продуман до мелочей, и самым главным всегда является освещение, которое должно быть использовано с учетом всех особенностей помещения. Неон не должен отвлекать от главного, но должен быть заметен. Лучше всего в оформлении помещения использовать мягкие цвета, такие как желтый, белый, голубой. А более резкие тона, такие как красный, зеленый и синий, следует

---

<sup>1</sup> Неон [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.gp5.ru/technologies/neon.html>, свободный. – Загл. с экрана.

использовать при создании уличных вывесок и наружной неоновой рекламы. Но использование неона должно быть в меру.

Основной функцией неона является не освещение помещения, а подчеркивание его архитектуры. Слишком яркий и бьющий в глаза свет может придать дискомфорта, а ненавязчивый свет в неожиданных местах приятно удивит и расставит акценты там, где они нужны. На сегодняшний день светодиодные технологии стоят на новом этапе развития и являются прямым конкурентом неона. Люди, которые занимаются оформлением выставок, предпочитают светодиоды, так как считают, что они более надежны, практичны и потребляют меньше электроэнергии. Также в случае светодиодов важен тот фактор, что они сразу готовы к употреблению, нужно только подключить понижающий трансформатор. У неона же всё происходит поэтапно: процесс откачки, процесс закалки и пайки стекла. Используя светодиоды, стоит беспокоиться о достаточной мощности трансформатора, чтобы не был снижен световой поток. Используя же неон, вам не нужно будет об этом беспокоиться. У неона есть еще несколько достоинств, которые заранее расположат заказчика к себе. Главное достоинство – это неагрессивная окружающая среда. Чем меньше неоновая деталь подвергается внешним воздействиям, тем дольше прослужит. Ориентировочный срок службы в среднем составляет от 10 до 15 лет, у светодиода около восьми лет. Также у неона более низкая цена по сравнению с иными световыми источниками. Очередным преимуществом является то, что неоновые трубки обладают большим цветовым спектром (насчитано более 60 типов), они насыщенно, равномерно, а главное, непрерывно освещают помещение, чего не гарантируют светодиодные технологии. Также стоит отметить, что спектр свечения светодиодов различный, но не такой богатый, как у неона. И самым первым, на мой взгляд, достоинством и преимуществом неона является безопасность.

Ознакомившись с достоинствами неоновой подсветки, у заказчика возникает ряд требований по оформлению интерьера. Первым является то, что неон не должен бросаться в глаза. Он должен быть элементом декора, создавая эффект законченности интерьера. У дизайнера стоит задача сделать оформление таким, чтобы было впечатление, что без неона помещение выглядело бы менее привлекательно. Тем самым у посетителя создается положительное впечатление о торговом помещении. Вторым требованием является само качество монтажа. Если подсветка уже запланирована в дизайне, то она не должна иметь лишних видимых элементов (например, проводов), должна быть выполнена без световых пятен. Неоновые трубки должны равномерно освещать, без мерцаний. Лучшее место в большом супермаркете, например, использовать неоновые вывески для торговых отделов, но не слишком близко, в то время как в небольших помещениях лучше использовать подсветку прилавка или же потолочных ниш. А вообще неон лучше всего подчеркивает элементы архитектуры. Возможности использования этого материала еще не исследованы до конца, впереди его ждет большое будущее. Технологии позволяют создавать незабываемые эффекты, такие как перемены цвета, смена яркости и т. д. Для России это еще ноу-хау, а в Китае и Японии неон уже давно используется со всеми возможными формами<sup>2</sup>. Преимуществом неоновых ламп в оформлении коммерческих интерьеров является их универсальность, то есть что красивые цвета неона не могут не бросаться в глаза, поэтому оформленная с помощью него реклама обязательно привлечет внимание потенциальных покупателей.

На сегодняшний день неон является самым ярким и долговечным источником света при оформлении интерьеров. При использовании неона дизайнер знает о его широких возможностях в качестве основного освещения, о создании неповторимых эффектов, причем все это не только отдельно, но и в сочетании с другими средствами интерьерной подсветки (подсветкой постеров, объемных букв и т. д.) наружной рекламы, так как вывески из неона принадлежат к входной группе наружной рекламы. Использование неоновой подсветки в освещении является одним из наиболее важных элементов в определении внешнего вида

---

<sup>2</sup> Неон [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.studioneon.ru/art1.html>, свободный. – Загл. с экрана.

помещения, делает его стильным. Неоновая реклама – самая яркая из ночных реклам, но ее световой поток виден даже днем. Красочный контраст в темных областях часто делает помещение более теплым и уютным. По сочности и яркости цвета неон качественно превосходит любую из известных технологий рекламы, именно поэтому наибольшее распространение в наши дни неоновые вывески, подсветки получили при оформлении фасадов кинотеатров (сеть кинотеатров «Каро-фильм»), казино («Монплеzir»), ресторанов («Тануки»), кафе («Баскин Роббинс») и прочих заведений (торговый комплекс «Город», спортивный комплекс «САТУРН») и в последнее время наиболее активно используются в торговых помещениях. В торговых помещениях также возможна подсветка, и как раз с помощью неона удастся получить нужные нам акценты. Немаловажным является тот факт, что применение неоновых технологий в интерьерах растет год за годом.