

4. Ся Чжунюань Исторические образцы и современное применение «китайского стиля» в искусстве оформления британского интерьера // Культура и искусство. – 2024. – № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskie-obraztsy-i-sovremennoe-primenenie-kitayskogo-stilya-v-iskusstve-oformleniya-britanskogo-interiera>. – Дата доступа: 17.03.2025.

УДК 747.012

МЕТОДЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И МОДЕРНИЗАЦИИ КНИЖНЫХ МАГАЗИНОВ

*Ху Вэньжань, маг., Самутина Н. Н., к.т.н., доц.
Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. Проанализированы основные аспекты проектирования интерьера книжного магазина. Рассмотрена методика проектирования и семиотические аспекты модернизации интерьера книжного магазина: архитектурные, дизайнерские и художественные средства выразительности для формирования эмоционального интерьера.

Ключевые слова: интерьер, метод проектирования, книжный магазин, модернизация, семиотика.

В настоящее время книжные магазины – это не просто центры продаж книг, это еще и места с уютной атмосферой, которая погружает их в мир литературы и вдохновляет. Владельцы книжных магазинов прикладывают массу усилий в части маркетинга и продвижения. Создание креативного дизайна торгового пространства играет важную роль в привлечении посетителей.

Цель работы – рассмотреть методы проектирования книжных магазинов и методы модернизации интерьерных пространств. Задачи: изучить методы проектирования, определить методику проектирования, рассмотреть способы модернизации.

В результате анализа литературных источников установлено, что дизайнеры для организации пространства интерьера помещения используют креативные методы. Цель креативных методов – активировать поиск новых решений, развить творческую составляющую и вывести проектирование на логический последовательный уровень. Для проектирования книжных магазинов чаще всего из креативных методов используются следующие: ассоциации; аналогии, в том числе бионической и исторической; эргономики; комбинирования; модульный; стилизации. Эти методы могут быть использованы одновременно [1].

Методика проектирования интерьера состоит обычно из двух этапов: предпроектный анализ и разработка проекта. На этапе предпроектного анализа должны быть определены следующие пункты [2]:

- выполнение замеров площади магазина, фотофиксация и получение обмерного плана;
- определение размеров зон и их количества;
- определение элементов пространства, наполняющих каждую зону;
- исследование исторического и культурного контекста для анализа магазинов-аналогов в ближнем и дальнем зарубежье;
- определение стилового и цветового решения;
- эргономический анализ среды;
- анализ целевой аудитории посетителей книжного магазина для выявления цветовых предпочтений и стилистического решения;
- определение композиционной целостности интерьера;
- выбор материалов.

На этапе разработки проекта производят моделирование и визуализацию деталей и компонентов среды, создают дизайн-проект. Далее проводят социологические исследования среди целевой аудитории пользователей объекта с целью выявления ожиданий от обновлённого пространства магазина, определяют базовые и дополнительные функции магазина.

Важным аспектом в разработке методики проектирования торгового объекта является зонирование торгового зала. Обычно деление на зоны осуществляется по следующим признакам:

тематические зоны, жанровое деление, создание зон по интересам. Кроме того, по информации исследователей, в каждом магазине необходимо определить «горячие» и «холодные» зоны. Самыми «горячими» зонами, где совершается наибольшее количество покупок, являются: территория, где начинается покупательский поток, периметр зала, места пересечения покупательских потоков и зона кассы. В них, как правило, располагаются новинки и бестселлеры. В «холодных» зонах располагают литературу, покупка которой была запланирована. Сочетание и чередование «холодных» и «горячих» зон позволяет добавить движения, динамики интерьеру.

Модернизировать пространство и создать уютную атмосферу можно с помощью правильного расположения книг и мебели, использования приятной цветовой гаммы, мягкого освещения и удобных мест для сидения. Также можно добавить различные декоративные элементы, которые подчеркнут тематику магазина, интересные витрины и уникальные дизайнерские элементы. Композиционной целостности интерьера можно достичь с помощью оборудования. В его состав входит оборудование: горизонтальное и вертикальное, полного и лицевого обзора, навесное и напольное, центральное и пристенное, с распашными и раздвижными створками. Также выделяют типовое оборудование или авторскую мебель. Типовое обычно сборное, части унифицированы, что удобно при создании multifunctional зон, но при этом интерьер может быть однообразным. При разработке индивидуального дизайн-проекта мебель соответствует фирменному стилю.

Альшеевская О. Н. отмечает, что книжные магазины имеют «пассивную» и «активную» культурные составляющие. «Пассивная» связана с территорией книжного магазина, где смешиваются «физическое» (расположение, витрины, мебель) и «культурное» (книги и персонал) пространства [3]. Для модернизации необходимо реконструировать культурные символы и пространственное повествование с помощью дизайна. Традиционная составляющая эволюционировала от простого функционального магазина к современному культурному комплексу. На передний план выходит эмоциональная составляющая, включающая интеллектуальный (эмоции + технологии) и комплексный (книги + культура + творчество) элементы [4–5].

В Китае в организации интерьера книжного магазина семиотический аспект играет важную роль. Книжное оборудование выполнено в виде полок открытого типа, деревянных, классификация книг простая. Декоративными элементами являются литературная каллиграфия и живопись, отражающие традиционные ценности. Планировка пространства обычно симметричная, с делением на зоны. Под влиянием западной архитектуры некоторые книжные магазины используют каменную конструкцию, арочные двери и окна, но сохраняют китайское резное украшение. Можно рассмотреть два примера книжных магазинов в Китае. В павильоне книжной сети Zhongshuge, Чэнду установлена трехактная пространственная последовательность, выстраивающая ритуальный путь для формирования театра погружения в чтение с помощью архитектурных устройств, таких как парящие арочные элементы, изогнутые книжные полки. Иногда используется система вертикального зеркала: полностью зеркальный потолок и колонны, которые формируют бесконечно расширенную матрицу книг с помощью визуального отражения, реконструируют двумерное расположение традиционных книжных полок в четырехмерное сюрреалистическое поле, преломляют метафору информационного взрыва в цифровую эпоху.

Магазин «Fangsuo», Гуанчжоу следует пространственной логике «городского культурного комплекса». Трансформация сохраняет систему бетонных балок и колонн, формирует интерфейс диалога между промышленным наследием и современной эстетикой путем встраивания подвесной галереи книг и потолка с металлической сеткой. Магазин использует музейную систему выставок, подвижную выставочную стену и модульный стенд, осуществляет смешанную экспозицию книг, произведений искусства и дизайнерских изделий, создает сцену «культурного рынка» для потребления знаний. Арочное пространство, основанное на «пещере тибетских писаний», создает скрытое и священное ощущение места с помощью грубого бетона и теплого желтого света, переключаясь с интроспективными чертами культуры «медленной жизни». Центральная колонна символизирует «Дерево знания», объединяющее образы природы (корни дерева) с гуманистическим духом (книги). Пространство пробуждает первоначальные воспоминания о «пещере» и усиливает ритуальность чтения через материал (оригинальное ощущение бетона) и свет и тень (узкое освещение сверху). Символ: пещерная метафора «исследование знаний, как практика».

Сравнительные характеристики представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Контраст и теоретическая интеграция

Измерения	Zhongshuge, Чэнду	«Fangsu»», Гуанчжоу
Дух места	Футуристическая утопия (текущая, иллюзорная)	Натуралистический монастырь (тишина, интроспекция)
Символ Соссюра	Зеркальное технологическое чувство, означающее потребительское зрелище	Пещерное примитивное чувство, обозначающее культурное возвращение
Символ Пирса	Символическое доминирование (бизнес-метафора)	Подобный символ + символ (симбиоз природы и человечества)
Феноменологическая критика	Риск пространственного отчуждения (отделение от локальности)	Успешный перевод местной культуры (фигурация регионального духа)

Два дизайна подтверждают: модернизация книжного магазина – это не только технологические изменения, но и эксперимент по реконструкции системы символов и духа места, суть которого заключается в пространственной борьбе за право на культурный дискурс.

Внутреннее содержание магазина обыгрывается за счет внешнего оформления с ориентиром на широкую аудиторию. Кроме того, магазины одной сети должны выдерживать стилистику. Основная ценность будущих книжных магазинов заключается в завершении тройной революции с использованием дизайна в качестве средства массовой информации.

Список использованных источников

1. Методика подбора мебельных многофункциональных изделий при разработке интерьеров / Д. А. Свиридов, А. П. Суворов, Д. Ю. Левин, М. А. Мищерикова // Вестник Воронежского института высоких технологий. – 2021. – № 1(36). – С. 74–79.
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. Рычкова, А. Н. Опыт разработки дизайн-концепций интерьеров модельных библиотек / А. Н. Рычкова // Наука и образование в области технической эстетики, дизайна и технологии художественной обработки материалов : материалы XIII Международной научно-практической конференции вузов России, Санкт-Петербург, 12–16 апреля 2021 г. – Санкт-Петербург: СПбГУПТД, 2021. – С. 201–207.
4. Молочко, А. А. Дизайн-проект модернизации интерьеров железнодорожного вокзала «Гомель-Пассажирский» / А. А. Молочко, Н. Н. Самутина // Тезисы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. Витебск, 2023. – С. 208–209.
5. Попова, А. В., Пашко, Е. С., Уникальность проектирования личного фирменного стиля / А. В. Попова, Е. С. Пашко // Сборник материалов Национальной (с международным участием) молодежной научно-технической конференции «ПОИСК-2023» / ИВГПУ, Иваново, 2023. – С. 701–703.