

УДК 747

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ ИНТЕРЬЕРА МАГАЗИНА-КУЛИНАРИИ Г. ВИТЕБСК

Ушкина И.М. ст. преп., Гурко И.С. ст. преп., Гузенко Т.С. студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Общественное питание всегда играло заметную роль в жизни общества. В условиях города при глобальном разделении труда работающее население, учитывая нехватку свободного времени, заинтересованно в услугах предприятий общественного питания, это удобный способ удовлетворения потребностей в культуре общения и отдыха, в эстетическом обогащении личности.

Развитие общественного питания требует строительства большого количества новых объектов с учетом современных требований. Красивый, со вкусом решенный интерьер, обеспечивая уютную обстановку и необходимый комфорт, способствует воспитанию эстетического вкуса посетителей.

Проект дизайна интерьера разрабатывается исходя из концепции самого заведения. Прежде всего, задачей художественного проектирования интерьера является выявление его назначения, дизайн помещения должен соответствовать концепции заведения и специфике разнообразия меню. Цель – объединение среды, в которой каждый элемент дополняет друг друга, работая на целостное художественное решение интерьера.

Специфика магазина-кулинарии заключается в многообразии функций, которые на него возлагаются: это одновременно место для обслуживания покупателей и место приема пищи и т. д.

Предлагаемый проект направлен на разработку интерьерного решения для перспективного рынка общественного питания.

Целью проекта является создание выразительного, функционального и комфортно-интерьера с дальнейшим повышением внимания потенциального покупателя.

Проект ставит перед собой такие практические задачи, как создание современного и запоминающего пространства с учетом всех эстетических и эргономических требований для обеспечения максимально комфортных условий для работы и общения людей. Решение поставленных задач достигается за счёт применения новаторских технологий, экологических материалов. При этом предметная среда данного проекта сохраняет эстетическую значимость, создавая благоприятные условия для отдыха и релаксации.

Несмотря на то, что мода на стили оформления предприятий общественного питания регулярно меняется, одно остается неизменным: интерьер должен пробудить желание вернуться сюда. Важно создать интерьер, который бы удовлетворил как консервативных людей уважительного возраста, так и творческую молодежь или прагматичный бизнес-класс.

Дизайн интерьера общественного питания должен отражать общую концепцию полезной пищи и здорового образа жизни, который культивируется в данном заведении.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адамович, В.В. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений: учеб. для вузов / В. В. Адамович, Б. Г. Бархин, В. А. Варежкин и др.; под общ. ред. И.Е. Рожина, А.И. Урбаха. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Стройиздат, 1984. – 543 с.
2. Гельфонд, А.Л. Архитектурное проектирование общественных зданий : учебник / А.Л. Гельфонд. – М.: Инфра-М, 2015. – 142 с.
3. ВикиЧтение [Электронный ресурс] / Планировка и зонирование торгового зала. – Режим доступа: <https://econ.wikireading.ru>. – Дата доступа: 23.05.2021.
4. Корпоративный менеджер [Электронный ресурс] / Планировка магазина как важнейшин элемент. – Режим доступа: <https://www.cfp.ru>. – Дата доступа: 16.04.2021.
5. Торгмакс [Электронный ресурс] / Правильная расстановка торгового оборудования в магазине. – Режим доступа: <https://torgmax.com>. – Дата доступа: 14.05.2021.
6. Учебные материалы [Электронный ресурс] / Анализ маркетинговой деятельности предприятий в Республике Беларусь. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/>. – Дата доступа: 10.04.2021.

УДК 677.023.77

МУЗЕЙНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Котович Т.В. проф., Лукьяненко Е.А., маг.*Витебский государственный университет имени Машерова,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Экспозиция – это основная форма музейной коммуникации. Задачи этой коммуникации решаются путем демонстрации музейных экспонатов, организованных и размещенных в соответствии с разработанной научной концепцией и современными принципами дизайнерских решений, оказывающих психологическое воздействие на зрителя и передающих ему необходимую информацию.

Актуальные выставочные проекты отличает открытость к вариативности смыслов и интерпретаций, они предельно креативны и зачастую провоцируют зрителя на активную позицию по отношению к увиденному, включают его в творческий процесс, приглашают к сотрудничеству [1].

В настоящее время опубликовано большое количество работ, посвященных изучению экспозиционного дизайна. Проблематика дизайна рассматривается в отечественной и зарубежной литературе в разных контекстах и с использованием разных подходов к исследуемому феномену, выходит на множество смежных с ним направлений искусства, областей знания, степень разработанности которых существенно влияет и на степень разработанности проблем дизайна. Современный дизайн музеев пытается освоить все отведенное для него пространство, всю среду в целом, не закливаясь лишь на оформлении витрин. А задачи данного вида дизайна расширились до формирования комплексной художественной концепции музея в целом и включают в себя более широкий круг вопросов, ведь кроме чисто функциональных задач, витрина несет огромную эмоционально-пластическую нагрузку при создании пространства экспозиции музея.

Объектом исследования данной работы являются современные экспозиции музеев