

- Ed. Performantica, Iași, 2003.
2. Francois-Maria, Grau, *Istoria costumului*, traducere de Andrei Vretos, Ed. Meridiane, București, 2002.
 3. Nanu, Adina, *Arta pe om. Look-ul și înțelesul semnelor vestimentare*, București, 2001,
 4. Зелинг, Шарлотта, *Мода. Век модельеров, 1900-1999*, KONEMANN.
 5. Современная Энциклопедия «Аванта +», *Мода и Стиль*, Москва, 2002.

Referințe la surse bibliografice

1. Grumbach, Didier, *Istoria ale modei*, Traducerea din limba franceză de Mihai Cosmățchi, Ed. Fundației PRO, București, 2001.
2. Cecilia, Caragea, *Istoria vestimentației europene*, Editura Teora, București, 1999.
3. https://ro.wikipedia.org/wiki/Coco_Chanel;
4. <http://www.catchy.ro/sfarsitul-elegantei/26204>;
5. Nanu, Adina, *Arta, Stil, Costum*, Manual avizat de Ministerul Educației și cercetării nr. 1592, luna XI, 2006.
6. <http://ebooks.unibuc.ro/StiinteADM/secretariat/16.htm>
7. Oros, Constantin, *Pagini din istoria costumului*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1998.

CONCEPTUL STILISTIC AL DESIGNULUI HOTELIER DE LUX DIN ZONA MEDITERANIANĂ A TURCIEI

Rodica SPĂȚARU, lector superior

Summary

Design is a tool for creating comfort. Design hotel in the Mediterranean is an example of the nice combination of environmental design criteria and concept. All resorts in Mediterranean Area of Turkey offer an architectural forms of luxury nicely combined with design of hotels areas, to which is added a historic note of cultural and architectural values kept, various architectural monuments. In the Mediterranean area there is a large network of luxury hotels. These hotels, with a special design, represent the new dimension of luxury design hotel concept. Daring

approaches and solutions emerging from conventional style are essential characteristics of the stylistic concept in hotel design. Customers always look for new experiences, which mean the hotels which emphasizes on design have to offer something unique.

Tema designului hotelier este o temă cu multe aspecte și detalii, deoarece designul hotelier este o operă de artă a turismului. Însuși turismul reprezintă un ansamblu de activități prin care omul își petrece timpul liber, călătorind spre destinații situate în afara reședinței permanente și a locului de muncă, pentru distracție și petrecerea timpului liber. Iar conceptul stilistic al designul hotelier în turism este industria creată pentru furnizarea tuturor bunurilor și serviciilor solicitate de turiști la locul de destinație, la un înalt nivel calitativ. Aceasta ramură a vieții este astăzi considerată de analiști ca una din cele mai dinamice sectoare economice, cu o evoluție mereu oscilantă, fiind definită ca industria cea mai profitabilă a sfârșitului de secol XX. De unde vine și importanța vădită a designului hotelier în domeniul turismului.

John Naisbitt identifică, în celebra lucrare „*Megatendințe*”, turismul fiind ca industria cu cea mai rapidă dezvoltare la începutul mileniului III. Ponderea în continuă amplificare a turismului în economia mondială este un fapt incontestabil. Important în acest sens este faptul că, în comerțul internațional, turismul ocupă a doua poziție după petrol, înregistrând un ritm de creștere superior mediei mondiale. ^[3, p.-35]

De aici se conturează o vădită importanță a designului hotelurilor sau, mai bine zis, a interioarele preconizate pentru cazarea și servirea clienților. Designul fiecărui aspect separat al odihnei face un rezultat final ce acționează ca finalitate a perioadei de cazare în hotel.

Însuși conceptul de design presupune mai mulți factori, deoarece fiecare client are anumite așteptări. Dacă e să vorbim de designul camerelor, sălilor de conferențe sau întruniri, a complexelor fitness-odihnă etc., atunci e nevoie fiecare să fie văzute separat, conform cerințelor și normativelor specifice fiecărei destinații. Însă conceptul stilistic, al designului este prevăzut ca o totalitate de factori. În dependență de situația geografică, mărimea hotelului și al nivelului, designul își are aspectul său final.

În zona mediteraneană se află o rețea întreagă de hoteluri cu nivel de lux. Aceste hoteluri cu un design special reprezintă noua dimensiune a turismului. Abordările curajoase și soluțiile ieșite din convențional reprezintă caracteristici esențiale ale conceptului stilistic în designul hotelier. Clienții caută mereu experiențe noi și asta înseamnă că hotelurile care mizează pe design trebuie să aducă ceva unic. Spre deosebire de hotelurile clasice, un hotel cu design de lux poate avea o mulțime de conotații exprimate prin soluții de arhitectură și amenajări interioare. Designul hotelier este, în esență, o îmbinare între brief-ul clientului și viziunea designerului. Designerii de hoteluri aduc în creații elemente din cultura lor, dar în același timp se țin cont și de cultura căreia hotelul i se adresează.

Am optat pentru aceasta temă, deoarece amenajarea și decorarea interioarelor de hotel a devenit un atribut esențial în alegerea spațiului de cazare. Avantajul amenajării și decorării camerelor de hotel este personalitatea proprie pe care acestea o dobândesc, care atrage clienții într-o atmosferă unică a unor locuri, care recrează stilul aristocratic de altă dată sau importă elemente din alte culturi. Din acest motiv voi expune fiecare locație a zonei Mediteranei, și anume complexele de lux din Turcia, făcând o scurtă analiză a unor factori naturali care contribuie la legătura finală dintre designul hotelurilor, stilurile abordate și specificul zonei naturale.

Antalya. Istoria acestui oraș influențează nemijlocit designul și arhitectura hotelurilor de aici. Antalya a fost întemeiată în secolul al II-lea d.Hr. de către regele Pergamului, Atalla. 300 de ani mai târziu, aici au ajuns romanii și au dat orașului un nou nume: *Pamphilea*, „pământul tuturor triburilor”. Din acea perioadă s-au păstrat porțile orașului cu trei arcuri ale împăratului Hadrian (sec. al II-lea d. H.), cu coloane de marmură și ornamente bogate. Bizantini, mongoli, seleucizi, italieni și alte popoare au cotropit aceste meleaguri, însă fiecare cucerire a adus asimilarea unor alte culturi, lăsând în urmă vestigii care s-au păstrat până în zilele noastre. Toate acestea au contribuit la o direcție a designului rețelei de hoteluri din zonă. O bogată și frumoasă combinație de stiluri istorice și moderne sunt în această stațiune. Designul mai specific este în hotelurile: Delphin Palace Deluxe Collection, Rixos Premium, Delfin Imperial etc., iar o adevărată bijuterie este hotelul Mardan Palas, unde istoria se înfîlnește cu luxul prezentului.

Belek. Această stațiune cosmopolită și exclusivistă a fost amenajată pe un spațiu viran, nu are legătură cu nici o localitate și reprezintă un concept nou pentru vacanțele de lux cu confort deosebit, respectând principiile ecologice. Cele peste 32 de hoteluri de lux, cu un design modern, construite în ultimii ani în Belek, au devenit noua imagine a ospitalității turcești. Specificul arhitectural fiind în construcția complexelor în albia naturii, fără ca ea să fie modificată. Aici designul hotelurilor pornește de la mediul natural, floral. [2, p.1-66]

Infrastructura stațiunii este concentrată în interiorul hotelurilor,



unite între ele prin alei pentru plimbări și călărit, iar în spatele liniei hotelurilor se întind renumitele *câmpuri de golf*. Clubul național de golf, creația *englezului David Fatherhy*, s-a remarcat de-a lungul celor 15 ani de existență ca unul dintre cele mai bune din lume, iar terenul-plan cu 18 cupe al clubului de golf *Nobilis* a devenit arena competițiilor internaționale.

Rețeaua de hotele de lux din această zonă este cu un design propriu. Hotelul Maxx Royal Golf Package este o reală bijuterie existentă în designul hotelier. ^[4, p.1-120] Luxul, care te întâmpină chiar de la poartă, vine să te cucerească atunci când treci pragul hotelului. Stilul este raportat la materialele scumpe și prețioase cu care este finisat.

Side. Aceasta localitate încântătoare este una dintre cele mai vechi de pe litoralul *anatolian*. A fost întemeiată de către coloniștii greci în sec. al VII-lea î.



Hr. Dar perioada de maximă dezvoltare a fost în sec. al II-lea î. Hr., din acea perioadă păstrând-se un teatru antic cu o capacitate de până la 20.000 de spectatori, zidurile orașului, agora - târgul de sclavi, templele romane antice, transformate în muzeu, ruinele *templului zeiței Fortuna*.

Designul hotelier al acestei zone este înfloritor. Ca reprezentant a celei mai frumoase creații ale omului pe acest teritoriu este hotelul Royal Alhambra Palace, un complex luxos cu o arhitectură și design executat doar din materiale prețioase ca marmura, onixul, textile orientale scumpe etc. Stilul arhitectural trece în continuitate în stilul designului interioarelor.

Atmosfera orientală este formată din decorul structural al suprafețelor pereților, cât și din obiectele designului, mobilierul, accesoriile specifice stilului.

Kemer. Munții stâncoși ai acestei regiuni, acoperiți cu păduri dese de pin, fac priveliștea o carte de vizită pentru



structura hotelieră din Kemer, situată chiar pe malul mării. Localitatea este încântătoare: un peisaj pitoresc, un parc frumos amenajat pe malul mării, multe vile acoperite de flori și verdeată, un bazar colorat, hotelurile de lux. Tot în zona Kemerului sunt situate peșterile și ruinele orașelor antice *Olympos* și *Phaselis*.

Alanya. Istoria Alanyeii este foarte tumultuoasă. Acest golf închis a fost folosit de piraiți în Evul Mediu ca refugiu. Grotele și peșterile săpate în stânca *țărmlului Lamlatas* erau ascunzătoare pentru comori.

Arhitectura și designul hotelurilor din această zonă sunt niște bijuterii ce creează atmosferă și totodată o influență emotivă pozitivă a turiștilor. Exemplu fiind designul hotelului *Alan Xafira Deluxe Resor*, care are o puternică amprentă orientală. Bolțile, arcurile, însuși arhitectura hotelului au o trecere fină spre conceptul designului interioarelor, formând o atmosferă de mister. ^[1, p.1-56]



Aflând-te în aceste interioare simți o unitate a timpului cu o amprentă a istoriei. Designul acestui complex presupune nu numai stil, confort și lux, dar și o atmosferă specifică a perioadei istorice de unde își regăsește izvorul designul și stilul interioarelor.

Toate acestea aduc un aport pentru formarea conceptului stilistic al întregii zone mediteranene, ce presupune un lux: prin zona de amplasare geografică, prin istorie și bijuteriile trecutului, prin arhitectură, prin designul interioarelor, prin stilurile abordate, prin materialele prețioase și semiprețioase de finisare.

Bibliografie

1. Alan Xafira Deluxe Resor, Catalog, prospect, CD-ul individual al hotelului, pag. 56.
2. Cornelia De Luxe Resort, Catalog, prospect, CD-ul individual al hotelului, pag. 66.

3. John, Naisbitt, Megatendințe: Zece noi direcții care ne transformă viața, Ed. Politica, București, 1989, pag. 368
4. Maxx Royal Golf Package, Catalog, prospect, CD-ul individual al hotelului, pag. 120.
5. Royal Alhambra Palace, Catalog, prospect, CD-ul individual al hotelului, pag. 84.
6. <http://www.corneliareort.com>

**PARTICULARITĂȚI ALE DEZVOLTĂRII
PERSONALITĂȚII CREATIVE A STUDENTULUI ÎN
ÎNVĂȚĂMÂNTUL ARTISTIC UNIVERSITAR**

Cezara GHEORGHIȚĂ, dr., conf. univ.

Summary

The creativity is a prerequisite for every person entering to arts area or art education. Psychological and pedagogical literature meet more specialized approach, theories, definitions of creativity, which are based on factors such as psycho-physiological, biological, social, etc. The potential to integrate and form the student's creative personality in positive manner consist in a good knowledge and compliance of the key-points from pedagogical research on creativity, conditions and factors of creativity, creative process and creative result.

Creativitatea este o condiție necesară fiecărei persoane încadrate în sfera creației artistice sau a educației artistice. În literatura de profil psihopedagogic întâlnim mai multe abordări, teorii, definiții ale creativității, care pornesc de la factorii de natură psihofiziologică, biologică, socială etc. Punctele-cheie în cercetările psihopedagogice asupra creativității sunt: definirea conceptului de creativitate, condițiile și factorii creativității, procesul creativ, produsul creativ. Cunoașterea, respectarea acestora poate avea un potențial și un caracter integralist în formarea personalității creative a studenților, în schimbarea în pozitiv a acestora, răspunzând tendinței