Кубанский
государственный
университет

Факультет архитектуры
и дизайна

ДИЗАЙН И АРХИТЕКТУРА: синтез теории и практики

Сборник научных трудов

Краснодар
2026

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет архитектуры и дизайна

ДИЗАЙН И АРХИТЕКТУРА: СИНТЕЗ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

Сборник научных трудов

Краснодар
2026

УДК 745/749:(377+378)(082)
ББК 30.18:(74.57+74.58)я43
Д 448

Редакционная коллегия:
М.Н. Марченко (отв. редактор), О.А. Зимина,
С.Г. Ажгихин, М.С. Кучеренко, А.Н. Кузьменко

Д 448 Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов / ответственный редактор М.Н. Марченко; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2026. – 415 с. – 500 экз.
ISBN 978-5-8209-2855-0

В сборник вошли статьи, посвященные исследованию проблем и перспектив дизайна и архитектуры, новым технологиям обучения студентов проектным, художественным, графическим дисциплинам в структуре высшего архитектурного и дизайн-образования.

Адресуется научным и педагогическим работникам, докторантам, аспирантам, магистрантам и студентам с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Автор дизайна обложки доцент кафедры дизайна, компьютерной и технической графики факультета архитектуры и дизайна КубГУ М.С. Кучеренко.

УДК 745/749:(377+378)(082)
ББК 30.18:(74.57+74.58)я43

ISBN 978-5-8209-2855-0

© Кубанский государственный университет, 2026

ПРЕДИСЛОВИЕ

Сборник научных трудов посвящен исследованию новых технологий обучения студентов проектным, художественным, графическим дисциплинам в структуре высшего архитектурного и дизайн-образования. Представленные в нем статьи отражают результаты экспериментальных исследований ученых, дизайнеров, архитекторов, художников-педагогов, студентов вузов в области дизайна и архитектуры, моделирования учебного процесса в сфере дизайн-образования, проектирования содержания, методов, средств и способов организации обучения, ориентированных на развитие творческих способностей будущих дизайнеров и архитекторов, формирование их самостоятельности, самоорганизации, профессиональной компетентности.

Материалы сборника способствуют пропаганде успешных инновационных образовательных проектов в сфере архитектуры, дизайна, искусства костюма и текстиля, архитектурного и дизайн-образования, а также обмену мнениями по общим и локальным проблемам дизайна, архитектуры, архитектурного и дизайн-образования, возникшим в процессе реформы высшего образования, проводимой в России.

В настоящий сборник включены статьи преподавателей и студентов факультета архитектуры и дизайна Кубанского государственного университета, Краснодарского государственного института культуры, других городов России, как Москва (НИУ ВШЭ), Санкт-Петербург (СПбГХПА им. А. Л. Штиглица), Ростов-на-Дону (ДГТУ), и ближнего зарубежья, как Республики Узбекистан (г. Самарканд, СамГАСУ) и др., участвоваших в I Всероссийской научно-практической конференции «Дизайн и архитектура: синтез теории и практики», состоявшейся 21–23 апреля 2026 г. в Кубанском государственном университете (г. Краснодар).

Данный сборник, безусловно, окажет реальную практическую помощь студентам и преподавателям высших и средних учебных заведений в решении важной и сложной задачи совершенствования предметных методик архитектурного и дизайн-образования, а также в определении перспективы развития профессиональной, художественной и проектной деятельности в социокультурном ландшафте.

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

Е. В. Александрова,
студентка кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

О. А. Зимина,
канд. пед. наук, профессор кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ПИРАМИДАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРАЗДНИЧНОЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

Цель статьи – представить и обосновать трехуровневую пирамидальную модель проектирования праздничной женской одежды, синтезирующую данные психологии восприятия моды, маркетингового анализа и технологического конструирования. Методологическая рамка строится на иерархии: теоретико-методологический, аналитический и практико-ориентированный ярусы. Движение от верхнего яруса к нижнему обеспечивает переход от социального запроса к готовому конструкторскому решению. Результатом апробации на примере пяти комплектов (асимметричные блузы, корсеты, прямые платья, кружевные комбинации) доказано, что модель позволяет создавать не только визуально эффектные, но и эргономичные изделия, соответствующие профессиональным задачам ведущей торжественных мероприятий.

Ключевые слова: пирамидальная модель проектирования, праздничная женская одежда, дизайн костюма, гендерные аспекты восприятия, целевая аудитория, конструкторские технологии, эргономика одежды.

На стыке эстетики и функциональности возникает главное противоречие современной праздничной моды: костюм обязан быть одновременно зрелищным и комфортным, трендовым и индивидуальным, статусным и пластичным. В потребительской группе ведущих праздничных мероприятий это противоречие проявляется максимально остро – сцена требует длительной статики, активной жестикуляции и постоянного перемещения. Классическая проектная логика «эскиз → лекала → подгонка» часто оборачивается изделиями фотоэстетичными, но эргономически несостоятельными. В настоящей работе формулируется и проверяется гипотеза: системная связь между социокультурными запросами, маркетинговыми данными и технологическими возможностями достигается за счёт трехуровневой пирамидальной модели, где каждый последующий шаг жёстко детерминирован предыдущим.

Теоретический фундамент и источники. Исследование опирается на четыре блока научных трудов. Первый блок – работы Я.А. Бычковой, А.У. Имамовой «Гендерные механизмы восприятия стилевых решений», а также Патрикеевой Э.Г. и Соловьёвой О.А. [4], «Влияние транслируемых стандартов красоты на самооценку женщины» [1]. Эти источники формируют теоретико-методологическую матрицу, описывающую, как социум «читает» праздничный костюм. Второй блок – статья Л.Ю.Махоткиной, Ханнановой-Фахрутдиновой Л.Р., посвящённая маркетингу в цифровой среде и методам построения многоканального портрета потребителя [3]. Материал задаёт аналитический вектор: коллекция должна рождаться не из интуиции, а из исследовательски выверенного профиля целевой группы. Третий блок – сборник КубГУ «Дизайн и архитектура: синтез теории и практики», где фиксируется принцип компромисса между художественной выразительностью и конструктивной целесообразностью [2]. Четвёртый блок – статья Хайитбоевой Н., описывающая сезонные силуэтные тренды и их трансформацию в конкретные параметры кроя (прибавки, вытачки, методы формообразования) [5]. Систематизация этих источников дала возможность построить иерархическую трёхуровневую модель.

Пирамидальная модель проектирования: архитектура и принцип работы. Визуально модель представлена в виде пирамиды, где каждый ярус выполняет строго определённую функцию. Нижний ярус (практико-ориентированный) аккумулирует знание о наличных технологиях, свойствах материалов, временных и ресурсных лимитах. Средний ярус (аналитический) содержит портрет целевой аудитории: демография, профессиональные сценарии, болевые точки, ценностные ориентации и ожидания. Верхний ярус (теоретико-методологический) представляет собой свод знаний о гендерной психологии, модном дискурсе и культурных кодах – самый узкий, но стратегически задающий направление всей работе.

Ключевое правило: движение сверху вниз. В рассматриваемом нами сегменте недопустимо запускать проектирование с нижнего яруса («шьём из того, что под рукой»). Алгоритм таков:

Теоретическое осмысление – какой образ должна транслировать ведущая?

Аналитическая проверка – как этот образ резонирует с ожиданиями зрителей и самоощущением самой ведущей?

Практическая реализация – какие технологии и материалы воплощают решения, принятые на двух верхних уровнях?

Апробация модели на примере коллекции из пяти комплектов. Модель была внедрена при создании коллекции женской нарядной одежды для ведущей праздничных мероприятий. Состав: асимметричная блуза + широкие брюки; корсет + брюки; асимметричное платье с цельнокроеным рукавом; удлинённая блуза + кружевная юбка на подкладке; платье прямого

кроя.

На теоретико-методологическом уровне установлено, что образ ведущей должен сочетать коммуникативные векторы «компетентность – доступность», «уверенность – эмпатия», «динамика – достоинство». Согласно выводам Бычковой и Имамовой, классический структурированный силуэт интерпретируется аудиторией как активный и независимый, тогда как гипертрофированная романтика сигнализирует о пассивности. Поэтому за основу взяты чёткие линии, а асимметрия введена как инструмент динамического напряжения [1].

На аналитическом уровне построен детальный профиль целевой группы (ведущие). Адаптация методики Махоткиной и Ханнановой-Фахрутдиновой позволила выявить три ключевых ограничения: длительная неподвижная поза (запрет на давление в зоне диафрагмы), активные жесты (исключение узких пройм и сползающих бретелей), частая смена ракурсов на сцене (свобода плечевого пояса и юбка без захлёста под ногами). Дополнительно, опираясь на данные Патрикеевой и Соловьёвой, мы отказались от абстрактных антропометрических стандартов в пользу индивидуальной посадки. Итог – включение трансформируемого корсета и блуз с регулируемыми элементами [3].

На практико-ориентированном уровне в соответствии с технологическими рекомендациями Хайитбоевой выбраны адекватные конструкторские решения:

– асимметричное платье с цельнокроеным рукавом – мягкое драпирование, косой крой;

– платье прямого кроя – структурные прокладки, термофиксация;

– корсет + брюки – сложное моделирование, внутренние укрепляющие элементы без излишней жёсткости;

– кружевная юбка – предварительная стабилизация полотна от растяжения [5].

Вся работа на нижнем ярусе велась в контакте с заказчицей-ведущей. Её антропометрические данные, личный опыт и эстетические предпочтения стали эмпирической наполненностью теоретических установок. На примерках корректировались прибавки на свободу облегания, положение рельефных швов, амплитуда движения и статический комфорт.

Сама архитектура выпускной квалификационной работы, в рамках которой проводилось исследование, непроизвольно воспроизвела три яруса модели. Анализ женской моды, обзор теорий – теоретико-методологический ярус. Портрет референтной группы, анкетирование – аналитический ярус. Чертежи конструкций и лекал, схемы сборки, спецификации материалов – практико-ориентированный ярус. Такое совпадение не случайно, а выступает косвенным подтверждением логики «от образа к изделию».

Предложенная трехуровневая пирамидальная модель, интегрирующая гендерную психологию, маркетинговый анализ и

конструкторские технологии, позволяет преодолеть разрыв между художественным замыслом и физическим продуктом. Движение от верхнего яруса к нижнему (теория → аналитика целевых запросов → технологии и материалы) даёт прогнозируемый и воспроизводимый результат. Апробация на коллекции из пяти комплектов подтвердила: изделия оказываются не только эстетически привлекательными, но и эргономичными, функциональными, полностью соответствующими профессиональной специфике ведущей. Модель рекомендуется к использованию в учебных курсах по дизайну костюма и в практической работе малых студий, специализирующихся на индивидуальном пошиве нарядной одежды.

Список использованных источников

1. Бычкова, Я. А. Гендерные особенности восприятия стиля одежды женщин / Я. А. Бычкова, А. У. Имамова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2012. – №6 (6).
2. Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2024.
3. Махоткина, Л. Ю. Инновационный маркетинг в цифровой моде женской одежды / Л. Ю. Махоткина, Л. Р. Ханнанова-Фахрутдинова // Научный журнал «Костюмология». – 2021. – №1, Том 6.
4. Патрикеева, Э. Г. Влияние моды и современных стандартов красоты на сознание и поведение девушек / Э. Г. Патрикеева, О. А. Соловьева // Молодой ученый. – 2015. – № 24 (104). – С. 1092–1096.
5. Хайитбоева, Н. Тренды сезонных силуэтов в женской моде и их влияние на крой // Актуальные исследования. – 2022. – №15 (94).

© Александрова Е.В., 2026
© Зимина О.В., 2026

А. В. Андрияш,
старший преподаватель кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

О. П. Лебедев,
студент Краснодарского
архитектурно-строительного техникума,
г. Краснодар, РФ

КУХНЯ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН: ТРАДИЦИИ, ЭРГОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В РОССИИ

На заседании Совета по межнациональным отношениям в Кремле 2026 год был объявлен Годом единства народов в целях укрепления национального единства, мира и согласия между представителями разных этносов страны. В России проживает более 190 этнических групп, включая малочисленные коренные народы. Россия формировалась как многонациональное государство со множеством культур, традиций и мировоззрений. Общим для всех народов России является отношение к еде. Еда – это не просто способ утолить голод. На протяжении многих веков приготовление пищи в нашей стране имело сакральное значение. Рецепты, требующие совместного приготовления, традиция общего стола, совместной трапезы – все это накладывает отпечаток на эргономику кухни, особенности планировки и использования помещения.

Ключевые слова: кухня, культура, традиции, эргономика, социокультурный ландшафт.

Культура является основой для получения, накопления и передачи опыта внутри определенного социального процесса или социальной структуры в целом.

Социокультурный ландшафт является сложным и многогранным понятием, которое описывает взаимосвязь культурных и социальных факторов с природным окружением. Социокультурный ландшафт отражает уникальность каждого региона и его общественно-культурной среды. Он представляет собой мозаику разнообразных элементов, таких как архитектура, искусство, обычаи и традиции, которые оказывают влияние на облик и развитие территории [6].

Общим для всех народов России является отношение к еде. Еда – это не просто способ утолить голод. На протяжении многих веков употребление пищи в нашей стране имело сакральное значение. Но не менее важен и сам процесс приготовления блюд, первые письменные упоминания об этом встречаются ещё в Домострое, важнейшем памятнике русского права XVI

в.

Семейные застолья в России играют важную роль в культуре и социальных отношениях: они не только собирают родственников вместе, но и объединяют их, укрепляя связи через обсуждение важных вопросов и общение в теплой атмосфере. Традиция общего стола – это практика построения общества в миниатюре. Понятие «общий котел» или «общая тарелка» выходит далеко за рамки кулинарии. Это мощная метафора, описывающая общность, сплоченность. Когда люди едят из одной посуды, они символически заявляют: «Мы – одно целое. Твоя радость – моя радость, твоя нужда – моя нужда».

С древних времён очаг был сердцем дома: вокруг него собирались люди, готовили пищу, согревались и проводили ритуалы. Огонь символизировал защиту, тепло и единство, а также был местом передачи традиций из поколения в поколение.

Кухня в русской избе – это не просто место, где готовят еду. Это место, где собирается вся семья после долгого дня, чтобы не только поесть, но и пообщаться за чашечкой горячего чая. Историко-культурная значимость кухни в структуре избы представляет собой интересный пример устойчивого взаимодействия социокультурных и инженерных факторов, отражающих особенности традиционного русского домостроения [7].

Слово «кухня» (от нем. Küche) – помещение для приготовления пищи вошло в русский язык в эпоху Петра I и употребляется в письменных источниках с 1717 года [4]. Кухни в русских избах эволюционировали от примитивных очагов с выносной печью до полноценного центра хозяйствования с элементами футуристической мебели того времени. В течение веков происходил плавный переход от открытого огня к интеграции кирпичных варочных поверхностей с отделкой русской плиткой, при этом дизайн постоянно адаптировался под нужды семьи. Опыт поколений подсказывал оптимальные решения освещения, вентиляции, хозяйки, перемещаясь между столом, печью и полками так, чтобы максимизировать результат интуитивно использовали принципы эргономики.

Кухня в традиционной избе характеризовалась определёнными инженерными особенностями и эргономическими решениями, направленными на оптимизацию теплового режима и пространственного зонирования. Кухонный блок выступает не просто как функциональная зона, а как средоточие символических аспектов, определяющих семейные ценности и ритуалы. Главную роль играла русская печь с её многофункциональным назначением: приготовление пищи (сама кухонная зона), функция инерционного обогрева, спальное место и даже роль вытяжной системы в планировке. Деревянные конструкции и элементы обуславливали специфические требования к вентиляционным и гидроизоляционным мерам при формировании кухонной ландшафтной архитектуры [7].

Эта специфика и само отношение к помещению прослеживается в традициях всех народов России. На кухне может быть очаг (в юрте называется «коломто») или разнообразные печи, например, железные (Харбукские в Дагестане), сложенные из камня (тандыр) [2; 5]. В любом случае это центральный элемент быта и ритуалов, символ гостеприимства.

Можно выделить общие черты:

– печь – главный элемент в регулировании микроклимата;

– материалы отделки имеют теплоизоляционные свойства;

– освещение способствует психологическому комфорту;

– пространственная организация влияет на интенсивность коммуникаций;

– набор кухонной утвари отражает социально-экономический статус семьи;

– декоративные элементы в том числе декорирование стен и мебели отражают локальные традиции.

В современном мире традиции могут изменяться, но они все равно остаются важными для семейного единства. Значение очага трансформировалось: он стал символом уютного, безопасного и гармоничного дома, где царят любовь, понимание и семейные традиции. Создание домашнего очага включает внимание к атмосфере, мебели, освещению, ароматам и личным элементам интерьера, которые делают дом комфортным и вдохновляющим для всех его обитателей.

Согласно исследованиям по социальной динамике жилых пространств, кухня функционирует как ключевой социальный узел, обеспечивающий социокультурную и эмоциональную реабилитацию членов семьи через совместные практики гастрономической коммуникации. Внедрение современных оптимизационных методик в пространственное проектирование кухни позволяет увеличить эффективность распределения потоков деятельности, сохраняя при этом ее суть – место единения.

Безусловно, определяющую роль играет само здание, поскольку возможности организации кухни в отдельном доме жилом доме и в квартире будут отличаться, важна будет и площадь помещения.

На кухне-хрущевке площадь кухни составляла 5-6 кв. м, обуславливала утилитарность помещения, компактную рабочую зону. Но уклад, предполагающий кухонное общение, требовал размещения на этой площади помимо рабочего пространства и места для хранения еще и обеденной зоны.

Сегодня ситуация изменилась. В среднем по России площадь кухни 10,2 кв. м. Важность кухни в жизни людей и возвращение к традициям подтверждает сам рынок недвижимости. С июля 2024 года в среднем по России медианный размер кухонь увеличился на 2%, а больше всего – в Самарской (+14,4%) и Московской (+12,9%) областях.

Анализ объявлений о продаже жилья на первичном и вторичном

рынке в крупнейших регионах России, представленный экспертами Домклик, показал, что жилье с самыми большими кухнями продается в Рязанской области (16,7 кв. м), Краснодарском крае (13 кв. м), Самарской области (12,6 кв. м), Санкт-Петербург (11,7 кв. м), Ленинградская область (11,5 кв. м), Москве (11,2 кв. м), а с самыми маленькими – в Карелии (6 кв. м) [1].

Тенденции таковы, что типовая застройка приводит к необходимости перепланировки помещений «под себя». Дизайнеры и архитекторы наиболее часто слышат пожелания заказчиков о перепланировке кухни или доведении до логичного завершения самостоятельных строительных экспериментов.

Современные компьютерные технологии и доступ к программному обеспечению приводят к тому, что люди самостоятельно используют возможности визуализации «кухни мечты». Программы для дизайна и профессионального проектирования интерьеров Autocad, ArchiCAD, FloorPlan 3D, 3D MAX, Google SketchUp и др. сегодня доступны широкому кругу пользователей.

Однако это влечет негативные последствия. Обыватели не учитывают, что сфера строительства, ремонта, перепланировки и эксплуатации жилья, в том числе и кухни регламентируется не только Гражданским кодексом РФ (ст. 673), но и Жилищным кодексом РФ (ст. 16), а также многочисленными санитарными, градостроительными и архитектурными сводами правил, положений и нормативов. Помещение кухни относится к разряду нежилых и требует учета нюансов обустройства, особенно на стадии перепланировки, так как своевольное изменение (даже в частном доме), а также несоблюдение строительных норм и правил может повлечь за собой долгие согласования, штрафы, судебные разбирательства и, как следствие, невозможность продажи недвижимости.

Основой планировки кухни принято считать рабочий треугольник. Базовыми для современной городской кухни являются холодильник, кухонный стол, раковина, сушильный шкаф над ней и плита. Согласно правилу треугольника, его периметр должен составлять в среднем 6,7-8 м, а каждая сторона – по 1,5-3 м. Если одна из сторон треугольника будет намного отличаться от остальных, это может создавать неудобства при перемещении между рабочими зонами, потере времени.

Дизайнеры и архитекторы вывели несколько базовых правил размещения бытовой техники и кухонной мебели:

– кухонная плита должна стоять на расстоянии как минимум в 16 см от окна, 10-20 см от стены и 45 см от холодильника;

– для поглощения пара и запахов над плитой следует установить вытяжку;

– оптимальное расстояние от пола до рабочей поверхности 80-85 см;

– мойку следует располагать ближе к холодильнику или в

центральной части кухни;

– кухня, выходящая на юг, будет перегреваться летом, а северная – требовать дополнительного освещения;

– если комната совмещена с гостиной или представляет собой часть квартиры-студии, необходимо зонирование.

Простые и очевидные правила. Но именно их знание и умелое применение отличает профессионала. Задача эргономики применительно к дизайну помещений – повысить удобство пользования предметами и пространством. Значение каждого элемента в традиционной компоновке интерьера кухни отражается в целенаправленном зонировании пространства, соответствующем этнокультурным канонам и эргономическим требованиям.

Дизайнеру и архитектору сегодня важно не только предложить заказчику эргономичное функциональное пространство по проверенным шаблонам, но и учесть культурные особенности регионов. Например, блюда кавказской кухни готовятся долго, плита занята часами, кухня рассчитана на продолжительное присутствие нескольких человек, печь и духовка важнее микроволновки. Население дальневосточного региона активно перенимает китайские традиции, не ограничиваясь только философией фэншуй, но и все чаще готовят ежедневно небольшими порциями, ставя в приоритет свежесть пищи. В средней полосе кухня переживает возрождение традиций русской кулинарии, старинных рецептов, требующих многочасовой готовки, томления в печи. Для жителей мегаполисов традиционным стал утренний кофе. Так, Краснодар возглавляет рейтинг городов России по количеству кофеен на 10 тысяч жителей: на начало ноября 2025 г. в Краснодаре работали 858 кофеен, что сделало город самым плотным кофейным местом в стране [3].

Поэтому при планировании оптимального пространства надо заранее продумать, какие привычки заказчика могут повлиять на эргономику.

Развитие кухни – это не просто эстетика, а сложнейшее переплетение бытовой рациональности, инноваций и культурных кодов. Кухня не является статичной. Она менялась и будет меняться, чтобы соответствовать новым запросам и технологиям. Меняются вкусы, появляются новые блюда и напитки. Неизменными для нашей страны остаются традиции кухонных посиделок, а за чашкой Иван-чая или Лате – не так важно. Задача специалиста – создать пространство, сохраняющее главное понятие – домашнего очага.

Список использованных источников

1. Аналитики назвали регионы России, где продаются квартиры с самыми большими кухнями // Домклик – 14.07.2025 – [Электронный ресурс]. – URL: https://blog.domclick.ru/novosti/post/analitiki-nazvali-regiony-gde-prodayutsya-kvartiry-s-samymi-bolshimi-kuhnyami.

2. Как называется дом казахов // Центр Сервис – [Электронный ресурс]. – URL: https://centr.baikal24-nauka.ru/kak-nazyvaetsya-dom-kazahov.

3. Количество кофеен в Краснодаре превысило 800 // Сетевое издание Коммерсантъ – 06.05.2025 – [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/7709980.

4. Кухня // Толковый словарь Ушакова. Д. Н. Ушаков. 1935-1940. – [Электронный ресурс]. – URL: https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=26726.

5. Магомедов А. Дж., Юсупов Х. А. Об одной революции в быту населения Дагестана: железные печки с. Харбук // Международный научно-исследовательский журнал (МНИЖ) 2021. №7-4 (109). С. 208-212. DOI: https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.109.7.146.

6. Плещенко А. Н. Семиотический подход к пониманию социокультурного ландшафта региона // Logos et Praxis. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 109–116. – DOI: https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.12.

7. Роль кухни в русской избе // «ПавМа». – [Электронный ресурс] Режим доступа: https://pavmakuhni.ru/blog/rol-kuhni-v-russkoy-izbe/.

© Андрияш А.В., 2026
© Лебедев О.П., 2026

В. В. Андросова,
студентка
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Е. Карагодина,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ПРИНЦИПЫ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГИБКОГО ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ КОМПАНИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРАЗДНИКОВ

В статье проводится комплексный анализ дизайн-проектирования гибкой айдентики, рассматриваются принципы разработки ффирменного стиля, способного трансформироваться и меняться, подстраиваться под ситуацию и клиента, влияя тем самым на восприятие и формируя положительное отношение.

Ключевые слова: дизайн, айдентика, визуальные тенденции, товарные знаки, брендинг, дизайн-система, концепция и концептуальность, эстетика.

Создание фирменной айдентики для компании, работающей в сфере организации праздников, представляет собой уникальную и многогранную творческую и стратегическую задачу, которая не имеет аналогов в других видах бизнеса. Кроме того, фирменный стиль такой компании должен не только следовать строгим правилам коммерческого брендинга, но в то же время соблюдать принципы глубинной психологии создания коллективных и индивидуальных переживаний. Основная задача создаваемого образа заключается в том, чтобы материализовать абстрактное понятие «праздник». Цель фирменного стиля – через визуальные образы предвосхитить радость, волшебство, индивидуальность и эмоциональный всплеск будущего мероприятия.

Компания, которая организовывает праздники работает с чувствительными и очень ценными областями жизни людей – свадьба как создание семьи, день рождения как личное торжество, юбилей как подведение итогов, корпоративное достижение как признание коллективных усилий. На основе этого, можно сделать вывод, что эволюция визуальных трендов и особенности айдентики, в этой индустрии транслируют не только смену моды в дизайне, но и более глубокие социокультурные, философские и технологические изменения в обществе. Они выступают индикатором изменений в эстетических предпочтениях и в уровне технологических возможностей и, что самое важное, в самой трансформации понимания праздника. Это на сегодняшний день не просто формальное, ритуализованное мероприятие, а тщательно курируемое, целостное и персонализированное событие. Праздничная индустрия охватывает крайне разнородную аудиторию (от детей и молодежи до семейных пар и руководителей крупных корпораций), поэтому компании вынуждены постоянно балансировать между универсальной привлекательностью и нишевой уникальностью, между массовым охватом и персонализированным подходом. Эти противоречия формируют особый визуальный образ, который трансформируется вместе с запросами рынка. Анализ тенденций позволяет прогнозировать ожидания аудитории, выявлять ее скрытые потребности и создавать айдентику, соответствующую моменту. Такой фирменный стиль формирует четкую эмоциональную связь, находит отклик сейчас и сохраняет свою силу в перспективе.

Гибкие адаптивные визуальные системы постепенно вытесняют жесткую единую айдентику. Универсальный фирменный стиль, рассчитанный на все случаи жизни, теряет эффективность, потому что потребитель привык к однообразным коммерческим предложениям и ждет персонального подхода. Праздничная айдентика все чаще строится по модульному принципу и функционирует как живой организм, способный

трансформироваться под конкретную задачу. В основе такой системы сохраняется устойчивое ядро, включающее лаконичный знак компании, консервативный шрифт и ограниченную цветовую палитру. Ядро обеспечивает узнаваемость и постоянство бренда, создает точку опоры для экспериментов с остальными элементами без риска потерять идентичность.

Переменная периферия формируется вокруг стабильного центра и предназначена для адаптации под конкретный контекст. Целый ряд факторов обусловливает ее трансформацию:

– основная палитра бренда остается неизменной, при этом для каждого времени года разрабатываются отдельные визуальные решения. Осенние версии обогащают айдентику терракотовыми и горчичными тонами, которые передают характерную атмосферу сезона и привносят ощущение тепла; весенние коллекции вводят дополнительные пастельные цвета с нежными цветочными мотивами; зимнее оформление строится на серебристо-синей гамме в сочетании с графикой, вдохновленной геометрией снежинок и морозными узорами. Знак и основная типографика при любых сезонных трансформациях выполняют функцию визуального якоря, благодаря чему бренд остается мгновенно узнаваемым даже под самым выраженным «камуфляжем»;

– крупная компания способна применять вариативную айдентику, чтобы четко разграничить направления своей деятельности. Отдел корпоративных мероприятий работает со сдержанной эффектной визуальной системой, где темные глубокие оттенки сочетаются с геометричными шрифтами и абстрактной графикой (символизирующей инновации, движение, энергию). Свадебное направление опирается на воздушные пастельные тона и изящную каллиграфию. Подразделение детских праздников ассоциируется с яркими контрастными цветами, динамичной графикой, округлыми шрифтами и мультипликационными иллюстрациями. Единство многосоставного образа бренда обеспечивает общий графический принцип, связывающий все направления через ритм, уровень детализации и композиционный подход;

– в среде социальных сетей и цифровых коммуникаций адаптивная айдентика раскрывает свой творческий потенциал наиболее полно и ярко. Она должна жить, реагировать на контекст и активно участвовать в коммуникации, а не оставаться статичным элементом оформления. Базовые визуальные компоненты подстраиваются под специфику различных форматов: горизонтальные обложки для видеороликов, вертикальные сторис с активной типографикой и анимацией, квадратные публикации для ленты новостей. Айдентика учувствует в актуальных челленджах, использует свои фирменные цифровые фильтры и маски, которые пользователи могут примерить на себя. Так бренд превращается из статичного наблюдателя в активного и вовлечённого участника социального контекста, начиная говорить с аудиторией на её языке.

Такое сложное сочетание еще на этапе концепции требует от дизайнера разработки не единого статичного макета, а целостной и продуманной дизайн-системы. Эта система должна включать в себя правила трансформации: какие элементы можно менять и каким образом, как они должны взаимодействовать друг с другом в новых условиях. Создание такой системы является главным показателем высокого профессионального уровня и стратегического подхода к брендингу, в котором гибкость это не уступка, а спланированная сила.

Следующей визуальной тенденцией является доминирование эмоционального реализма и кастомизированной иллюстрации. Фотография долгие годы была безусловным и основным носителем в индустрии создания и организации праздников. Но в современном мире она постепенно уступает свои лидерские позиции кастомизированной авторской иллюстрации и сложным смешанным техникам. Трансформация объясняется сдвигом в потребительском восприятии: аудитория перегружена идеальными, но безликими стоковыми образами, и теперь в приоритете подлинные, уникальные истории. Безупречные холодные картинки уступают место концепции, построенной на реальных эмоциях, передающей живое настроение, индивидуальные истории, характер и душу будущего праздника. Авторская иллюстрация становится ключевым активом. Уникальный фирменный стиль, непохожий ни на что другое, превращается в главный нематериальный ресурс и мощнейший дифференциатор бренда. Нежная тонкая линия или скетч-иллюстрация создает ощущение ручной работы и индивидуального подхода, словно дизайнер придумывает новые идеи лично для вас. Яркая плакатная векторная графика четко и смело передает энергию, драйв, масштаб праздника. Многослойный сюрреалистичный коллаж демонстрирует нестандартный арт-подход, креативность, способность бренда создавать запоминающийся контент. Главное преимущество иллюстрации перед фотографией состоит в ее способности изображать абстрактные, неосязаемые концепции: «волшебство», «вдохновение», «детскую мечту», «атмосферу таинственности». Прямая документальная фотография такого практически лишена. Смешанные медиа и коллажная эстетика предполагают сочетание различных техник и материалов: фрагментов фотографий, элементов ручного рисунка, типографики и абстрактных графических форм. Такой подход формирует богатый и многослойный визуальный язык, передающий саму идею праздника как смешения жанров, эмоций и впечатлений в рамках одного события, при этом бренд позиционирует себя творческой лабораторией, способной собирать из разрозненных элементов уникальный цельный фирменный стиль. Ремесленная эстетика переживает ренессанс, особенно в премиальном сегменте: акварель, скетчинг, леттеринг напрямую ассоциируются с ручной работой, легкой небрежностью и индивидуальным почерком. Точность

каллиграфического письма говорит об исключительности и внимании к деталям, скетчи же создают ощущение непосредственности, словно зритель заглядывает в творческий блокнот дизайнера. Подобная эстетика противопоставляется массовому конвейерному цифровому совершенству и делает ставку на эксклюзивность.

Цифровая эстетика и иммерсивные технологии формируют третью заметную тенденцию в индустрии праздников. Компании, специализирующиеся на организации торжеств, давно научились чутко реагировать на технологические новшества, встраивая визуальные элементы цифровой эпохи в собственную айдентику и выстраивая тем самым мост между онлайн-присутствием бренда и живым офлайн-переживанием гостей. Фирменный стиль теперь отражает двойственную природу: с одной стороны, эстетику самого праздника, с другой - цифровую среду, в которой обитает целевая аудитория. Одно из направлений этого процесса связано с заимствованиями из цифровой культуры: глитч-арт, неоновые свечения, киберпанк-элементы. В айдентике организаторов праздников прочно обосновались визуальные эффекты, порожденные миром видеоигр, цифровых интерфейсов и сетевой культуры. Пикселизация, искажения, цифровой шум, эффекты сбоя, градиенты.

Другое направление – динамическая идентичность и живая графика. Статичные товарные знаки постепенно уступают место активным, подвижным формам: знак перестает быть застывшим результатом и превращается в процесс. Анимированный фирменный знак в шапке сайта плавно собирается из разлетающихся частиц, обложки в социальных сетях меняются в режиме реального времени, а генеративная графика при каждом обращении создает неповторимый узор на основе заданных параметров. Всё это создаёт образ живого, интеллектуального бренда, который всё время развивается.

Следующая тенденция – устойчивость и экологичный нарратив в визуальном языке. Экологическая сознательность уже стала массовой и постоянно растущей. Благодаря ей меняются не только материалы, которые используются в оформлении мероприятий, но и сами предпочтения аудитории о том, как должен выглядеть декор. Осознанное потребление и ответственность за него уже не просто маркетинговый тренд для избранных, а очень мощная культурная тенденция: натуральные, «земляные» цветовые палитры, визуализация эко-френдли текстур и материалов, минимализм, функциональность и осознанная простота.

Ностальгия и ретроспектива формируют пятую визуальную тенденцию в айдентике, становясь источником глубокой эмоциональной связи с аудиторией. Неопределенность, стремительный темп жизни и цифровая перегруженность превращают обращение к прошлому в мощный психологический инструмент, способный создать комфортную, безопасную и доверительную атмосферу. Дизайнеры обращаются к проверенным

временем визуальным элементам, знакомым с детства образам и культурно укорененным формам, стремясь мгновенно пробудить теплые ассоциации. Диско-эра семидесятых и восьмидесятых годов с ее энергией и геометрией служит выразительным примером подобного подхода. Вневременная-элегантность и сложность рубежа веков (конец XIX – начало XX ве.) используется, чтобы позиционировать бренд в премиальном сегменте, обращаются к эстетике модерна, ар-деко или же еще более ранним стилям. Они включают в себя элементы такие как: изысканная каллиграфия, сложные, вьющиеся растительные орнаменты, мотивы. Которые заимствованы из гравюр, витражей и кованного металла. Ироничный китч и теплый наив (сер. XX в.), как графические элементы прошлого –нарочито безвкусные, чрезмерно слащавые и наивные – превратились в осознанный творческий прием, который дизайнеры используют все чаще.

Еще одна заметная тенденция связана со сверхперсонализацией и микробрендингом, когда фокус смещается от массового рынка к единичному шедевру. Для клиентов создаётся полноценная уникальная визуальная вселенная лично для них, для их мероприятия, например цифровые инструменты и конфигураторы для предварительного погружения (вовлечение клиента в процесс визуального творчества еще на этапе знакомства с брендом). Клиент может выбрать тип праздника (свадьба, день рождение, корпоратив и т.д.), цветовые предпочтения, задать ключевые слова («романтика», «веселье», «семейный») и в реальном времени видеть, как базовая концепция создаётся под его будущее событие. Он может изменять акцентные цвета, выбирать паттерны, применять разные шрифты для пригласительных. Микробрендинг события как самостоятельный проект. Масштабное мероприятия может создаваться вместе с собственной автономной мини-айдентикой.

Важно отметить стремление к смешению высокого и низкого, элитарного и демократичного. Современная праздничная и, в целом, визуальная эстетика активно разрушает традиционные культурные и стилистические иерархии. В единой гармоничной системе элементы, которые ранее считались принадлежащими к разным, часто противоположным, культурным слоям и контекстам, могут быть целенаправленно и осмысленно объединены. Это создает неожиданный и очень современный визуальный язык: энергия улиц в мире премиум-сервиса, детская непосредственность и высокие технологии.

С сенсорностью и мультимедийностью связана еще одна тенденция в айдентике: фирменный стиль обращается ко всем органам чувств, выходит за рамки визуального восприятия, стремится задействовать множество каналов и формирует комплексный опыт. Бренд хочет быть увиденным, услышанным, почувствованным.

Современные визуальные тенденции в индустрии мероприятий указывают не на эволюцию стилей, а на фундаментальный сдвиг

парадигмы: от демонстрации услуги и её характеристик к всестороннему проектированию и созданию целостного эмоционального, семантического и даже физиологического опыта. Фирменная айдентика бренда теперь не просто «обложка» или «лицо» компании, а ключевой повествовательный инструмент, средство интерактивного взаимодействия и сложный язык, посредством которого бренд вступает в глубокий диалог с клиентами не о ценах и вариантах, а о ценностях, воспоминаниях, мечтах и идентичности.

Гибридность и цифровая эстетика, экологичный подход к повествованию, ностальгия и эмоциональный реализм, гиперперсонализация, смешение иерархий и чувственные переживания – все это выходит далеко за рамки стилистических приемов или преходящей моды. Перед нами зеркало, в котором отражаются глубинные потребности новой аудитории, сложной и информированной, чуткой к фальши. Эта аудитория ищет подлинный опыт, а не развлечение ради развлечения. Ей нужна индивидуальная, осмысленная история, сотканная из собственной жизни, из личных переживаний и воспоминаний, а не стандартный безличный сценарий, написанный под копирку. Она выбирает ответственную, осознанную, эстетически обоснованную и этичную красоту вместо роскоши напоказ.

Успешная фирменная идентичность превратилась в высокоинтеллектуальную систему с парадоксальным качеством в своей основе. Строгая систематичность, логика и управляемость должны уживаться с живым дыханием, со способностью к спонтанной адаптации и творческому отклику на контекст. Каждое проявление такой идентичности мгновенно узнаваемо, но при этом она продолжает удивлять и развиваться, оставаясь открытой для нового. Подобная идентичность работает на всех уровнях коммуникации одновременно: привлекает мимолетное внимание в бесконечной ленте социальных сетей, формирует прочное доверие и ощущение профессионализма при тщательном изучении веб-сайта или портфолио, вызывает благоговение и предвкушение, когда человек получает физическое приглашение. Кульминацией становится само мероприятие, когда гости полностью погружаются в обещанную атмосферу и грань между имиджем бренда и непосредственным ощущением счастья здесь и сейчас размывается.

Ключевой вывод заключается в том, что в современной индустрии отдыха идентичность перестала быть просто маркетинговым ходом и стала сущностью продукта. Компания, способная создать такую многослойную, эмоционально насыщенную и технологически продвинутую визуальную вселенную, перестает быть просто поставщиком услуг. Она становится признанным автором, режиссером и куратором самых важных моментов в жизни своих клиентов, превращаясь из поставщика в создателя смысла и хранителя эмоций.

Список использованных источников

1. Жердев, Е. В. Дизайн: метафора в дизайне : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. В. Жердев. – Москва : здательство Юрайт, 2026. – 190 с.
2. Козулин А. Анатомия праздника. – Москва : Канон+ РООИ «Реабилитация», 2023. – 400 с.
3. Кривошеева, О. Н. Воспроизведение невизуальных источников дизайна : учебное пособие / О.Н. Кривошеева. – Москва : ИНФРА-М, 2019.
4. Мирхасанов, Р. Ф. Коммуникативный дизайн (ручной графический дизайн + цифровая графика + макет) : учебное пособие / Р. Ф. Мирхасанов. – Москва : Директ-Медиа, 2026. – 276 с.
5. Путинцева Е., Боярская Н., Васильева А. и др. Визуальный язык эксперта. Как стиль и айдентика работают на ваш бренд. – Электронное издание. – URL: https://books.yandex.ru/books/jpmvnlkI/read-online?ysclid=mpz9ubssup553954068.

© Андросова В.В., 2026
© Карагодина М.Е., 2026

К. О. Асламазова,
студентка кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

Д. В. Гайдук,
доцент кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

АРХИТЕКТУРНО-ГРАДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕСТ РАССЕЛЕНИЯ В КУРОРТНЫХ ГОРОДАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

В данной статье проведен архитектурно-градостроительный анализ существующей туристической инфраструктуры Черноморского побережья (курортных городов) на основе гостиничных, санаторных и рекреационных учреждений.

Ключевые слова: рекреационные учреждения, архитектура, Черноморское побережье, типология рекреационных учреждений, гостиничные комплексы, туризм, функциональное наполнение рекреационных учреждений, санатории.

Развитие туризма и рекреации в современном мире представляет важный аспект для воспроизводства эмоциональных ресурсов человека. Отдых играет ключевую роль для физического, психологического восстановления и формирования социального и личного благополучия населения, что способствует увеличению общей работоспособности.

Полному восстановлению физических, ментальных и эмоциональных сил способствует не только природное окружение, но и качественная архитектурно-градостроительная среда, формирование которой, сегодня происходит в двух направлениях: развитие новой с учетом государственных программ «Развитие туризма» и «Туризм и гостеприимство», а также реновация существующей туристической инфраструктуры.

Краснодарский край является участником национальных проектов, в том числе и в области туризма. По данным министерства курортов Кубани, количество туристов, посетивших Краснодарский край в 2026 году, уже превысило 12,3 миллиона человек, что на 3% выше прошлогодних показателей. Тенденция к увеличению туристического потока сказывается на стоимости и качестве среды мест расселения.

На территории Черноморского побережья расположены курорты федерального значения: Сочи, Анапа, Геленджик. Более трети всех объектов размещения на территории Краснодарского края сосредоточено в городе Сочи и его курортном районе – Адлере. Анапа занимает второе место по количеству объектов, с долей 23%, а село Сукко вносит 1,2% в общий объем. Геленджик располагается на третьем месте, представляя 16,1% объектов в самом городе и 1,9% в с. Архипо-Осиповка.

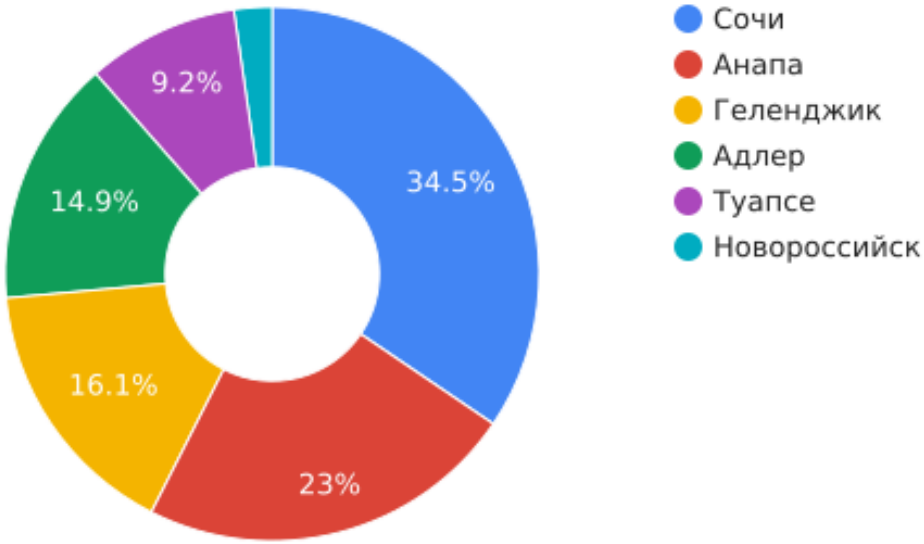


Рисунок 1 – Структура размещения объектов расселения в Краснодарском крае по муниципальным образованиям и отдельным курортным районам; представлена в % от общего количества объектов

Общее количество объектов на Черноморском побережье, протянувшемся от Сочи до Анапы, составляет 8 822 единиц. Типология, функциональное наполнение, инженерно-техническое состояние и качество сервисных услуг которых требуют проведения отдельного архитектурно-градостроительного анализа.

В структуре номерного фонда Черноморского побережья преобладают гостиничные объекты – на их долю приходится около половины количества всех номеров побережья. Еще 26,8% номерного фонда принадлежит гостевым домам. Более 10% номеров побережья находится в пансионатах и санаториях.

Несмотря на рост туристического потока, до 2024 года наблюдалось сокращение объектов размещения. В 2025 году и по настоящее время наблюдается рост строительства крупных круглогодичных гостиничных комплексов, апартаментов и отелей высокого уровня для специализированных сетей гостиничных операторов: **A**zimut Hotels, Cosmos Hotel Group, Amaks Hotels & Resorts, Radisson Hotel Group, Accor, Alean Collection и др.

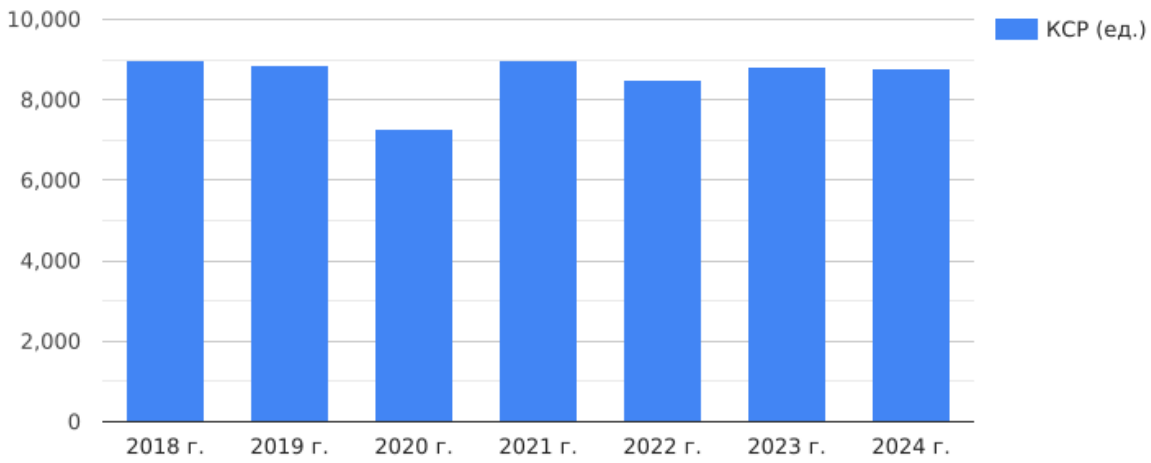


Рисунок 2 – Анализ количества и динамики курортных средств размещения (КСР) на Черноморском побережье Краснодарского края

Строящиеся крупные гостиничные комплексы запроектированы с учетом комплексного подхода в организации мест расселения, формирования качественной градостроительной среды и запоминающегося архитектурного образа зданий.

Существующие места размещения представляют иную картину, отраженную в архитектурно-градостроительном анализе, выполненном в рамках работы над магистерской диссертацией по гостиничным комплексам, на базе кафедры архитектуры КубГУ. Результаты анализа систематизированы и представлены в таблице:

Наименование	Местонахождение	Количество мест	Спорт	Категория номеров	Бассейн	Уникальность	Конференц зал	Питание	Рестораны	Детская зона	Лечебные программы	Пляж	Мероприятия
"Сан.Надежда"	Анапа	700	+	2	+	Кино-зал	+	Все включено	X	+	+	+	+
"Сан. Парус"	Анапа	970	+	3	+	Парк	X	Все включено	+	+	X	X	+
"СПА Курорт"	Анапа	788	+	3	+	аква парк; зоопарк	X	Все включено	X	+	+	+	+
Сан. "Красная Талка	Геленджик	1356	+	7	+	X	+	Все включено	+	+	+	+	+
"Приморье"	Геленджик	2180	+	15	+	Гольф-клуб	+	выбор	+	+	+	+	+
"Центр Омега"	Сочи	10937	+	15	+	территория	+	выбор	+	+	+	+	+
АКВА ЛОО	Сочи	2494	+	3	+	X	X	Все включено	X	+	+	+	+
Сан. «Сочи»	Сочи	776	X	15	+	парк	X	Все включено	+	X	+	+	X

В качестве параметров для анализа были выделены градостроительные параметры и функции существующих рекреационных учреждений. Полученные результаты отражают наличие функций, которые были изначально заложены на момент проектирования и строительства объектов в советский период, без их дальнейшего развития и адаптации под современный туристический запрос.

Несмотря на вышеперечисленное, территория всего Черноморского побережья по-прежнему остается неравномерно обеспеченной объектами гостиничной инфраструктуры: преобладают курортные города с максимальной концентрацией мест размещения и территории между ними, которые проигрывают по этому показателю. Крупные застройщики от туроператоров способствуют динамике дисбаланса, так как развивают территории уже существующих курортных городов, что сказывается на социально-экономическим, экологическом и пространственном развитии территории Черноморского побережья.

Список использованных источников

1. Лобанов Ю. Н. Отдых и архитектура. Будущее и настоящее : монография / Ю. Н. Лобанов ; Ленинград : Изд-во Стройиздат, 1982. - 200 с. – Текст : непосредственный.

2. Самойлов А. В. Санаторий и дома отдыха : монография / А. В. Самойлов ; Москва : Изд-во Типография Издательства Академии Архитектуры СССР, 1948. - 32 с. – Текст : непосредственный.

3. Ольхова А. П. Гостиницы : монография / А.П. Ольхова ; Москва : Изд-во Стройиздат, 1983. - 175 с. - Текст : непосредственный.

4. Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края: официальный сайт. - URL: https://kurort.krasnodar.ru/serv/perechen-subektov-i-obektov-turisticheskoy-industrii-krasnodarskogo-kraya/214136. – Текст : электронный.

5. Центр экономики рынков – аналитический центр полного цикла : электронный журнал. – Москва. – URL: https://research-center.ru/hotels/Analiz_rynka_Krasnodarskyi.pdf. – Текст : электронный.

6. Управление Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея : официальный сайт. – Обновляется в течение суток. – URL: https://23.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Pres1-KSR2023.pdf. – Текст : электронный.

7. Управление Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея : официальный сайт. – Обновляется в течение суток. – URL: https://23.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Pres1-KSR2023.pdf. – Текст : электронный.

8. Министерство экономического развития Российской Федерации : официальный сайт. – Обновляется в течение суток. – URL: https://economy.gov.ru/material/obrashcheniya_grazhdan/obzor_obrashcheniy_grazhdan_v_2023_godu.html. – Текст : электронный.

© Асламазова К.О., 2026
© Гайдук Д.В., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

К. О. Асламазова,
студентка кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

Д. В. Гайдук,
доцент кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ОБЪЕМНО-ПЛАНИРОВОЧНЫЕ РЕШЕНИЯ ГЛЭМПИНГА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

В данной статье выполнен сравнительный анализ объемно-планировочных решений глэмпинга в российских и зарубежных условиях. Исследована типология глэмпинг-объектов с учетом функционально-пространственных особенностей и адаптации к местным природно-климатическим факторам. Проанализированы характерные конструктивные приемы и архитектурные концепции.

Ключевые слова: глэмпинг, типология глэмпинга, модульные дома, модульность и мобильность конструкций, архитектура, гостиничные комплексы, туризм.

Понятие глэмпинга, этимологически восходит к английскому *glamorous camping*, берёт своё начало в начале XX века, когда европейские аристократы во время экспедиций в Африку и Азию организовывали сафари-лагеря. Эти лагеря включали крупногабаритные шатры, оснащённые мебелью и бытовыми удобствами, что дает право рассмотреть их как первые примеры глэмпинга – отдыха в походных условиях с элементами роскоши.

Новый виток популярности глэмпинга пришёлся на 2000-е годы, когда в обществе сформировался устойчивый запрос на альтернативу традиционным палаточным базам. Люди стремились сохранить связь с природой, не отказываясь от привычного уровня комфорта, что стимулировало активное развитие глэмпинга в США и Европе. В этот период появились проекты с инновационными архитектурными решениями и высокотехнологичными системами жизнеобеспечения, предлагающие качественно новый уровень удобств.

Развитие индустрии глэмпинга тесно связано с ростом экотуризма и распространением практики регулярного отдыха. Глэмпинг эволюционировал в форму бережного туризма, ориентированного на экологическую осознанность и минимизацию антропогенного воздействия на природу.

Основные принципы глэмпинга включают: интеграцию с природной средой, использование возобновляемых ресурсов, энергоэффективность, строительство с учётом природного баланса. Объекты интегрируются в ландшафт; при их возведении применяются натуральные материалы и осуществляется адаптация к рельефу (например, дома на сваях, геодезические купола).

Модульность и мобильность конструкций обеспечивают быструю адаптацию к сезонным изменениям и снижение затрат. Экологичность достигается за счёт использования солнечных панелей, систем сбора и очистки воды, компостируемых сантехнических узлов и переработки отходов.

Типологическое разнообразие глэмпинга позволяет классифицировать объекты по ряду критериев.

По конструктивному решению выделяют несколько основных типов размещения. К первому типу относятся палаточные форматы, включающие сафари- тенты, беллтенты, типи и юрты. Данные конструкции характеризуются минимальной нагрузкой на грунтовое основание и возможностью оперативной сборки. Второй тип представлен деревянными домиками, среди которых можно выделить A-frame, барнхаусы, скандинавские дома и минидома. Их отличительной особенностью является наличие жёсткого каркаса, обеспечивающего возможность круглогодичной эксплуатации. Третий тип охватывает модульные и мобильные конструкции, в число которых входят контейнерные дома, автономные капсулы и дома на колёсах. Для этих объектов характерны стандартизация конструктивных элементов и высокая транспортная мобильность. К четвёртому типу относятся специфические формы размещения – геокуполы, стеклянные купола, дома на деревьях и плавучие дома. Они выделяются повышенной визуальной выразительностью архитектурного решения и жёсткой привязкой к конкретной локации, обусловленной особенностями их конструктивного исполнения и функциональным назначением. По взаимодействию с рельефом различают наземные, возвышенные (на сваях или платформах), плавучие (на понтонах), полузаглублённые и подвесные (на тросах) конструкции, каждая из которых решает специфические задачи по снижению антропогенного воздействия.

По степени автономности инженерных систем объекты делятся на зависимые (подключённые к внешним сетям), частично автономные и полностью автономные (с замкнутыми циклами энерго- и водообеспечения, переработки отходов).

В сфере пространственной организации территории генерального плана прослеживаются модели: линейная (модули вдоль магистрали), кустовая (группы вокруг мини-площади), радиальная (с центральным хабом), свободная (дисперсная) и кластерная (с тематическими зонами).

По масштабу различают мини-глэмпинги (3–7 модулей на 0,5–1,5 га), средние (8–15 модулей на 1,5–3 га) и крупные курорты (16+ модулей на 3–10 га) с разной степенью инфраструктурной насыщенности.

По принципам интеграции в ландшафт выделяют маскирующие (сливающиеся с окружением), акцентирующие (контрастные арт-объекты), адаптивные (повторяющие рельеф) и биоморфные (имитирующие природные формы) решения.

По сезонной адаптации различаются круглогодичные (с утеплением и двойным остеклением), летние и сезонные (с разборными элементами) конструкции.

По функционально-планировочной структуре выделяют монофункциональные, многофункциональные (общественными пространствами) и трансформируемые (меняющие функцию) объекты.

По уровню приватности различают открытые (с коллективными зонами), полуприватные (с индивидуальными верандами), закрытые и ультраприватные (с персональными бассейнами и садами) форматы размещения. Ниже представлен анализ зарубежного опыта (табл.1) глэмпинга на примере Америки, Ближнего Востока, Африки, Таиланда и Японии.

Таблица 1 – Анализ зарубежного опыта

Регион	Архитектура	Жилые единицы	Форма	Изображение
Америка	Контраст белого и дерева, трейлеры Airstream	20	Продолговатые трейлеры, шатры	
Ближний Восток	Номера в дюнах пустыни, шале, интеграция с ландшафтом	30	Шатры, шале	
Африка	Колониальный стиль с антикварной мебелью	19	Сафари шатры,	
Таиланд	Архитектурные решения, вдохновлённые тайскими традициями.	38	Дома на деревьях, шатры	
Япония	Домики выполнены в стиле, который подчёркивает простоту и естественность.	3	Передвижной дом, шатры	

Можно выделить ряд характерных особенностей и тенденций. В Америке и Японии главной концепцией глэмпинга является акцент на внедрении современных технологий и минималистском дизайне, что позволяет сочетать высокотехнологичный комфорт с эстетикой простоты и функциональности.

В Африке и Таиланде архитектурные решения глэмпингов часто основаны на вдохновении колониальным наследием и природным окружением, что проявляется в использовании традиционных форм и материалов, призванных подчёркивать связь с историей и местной природой. На Ближнем Востоке направление также включает элементы традиционной архитектуры, интегрированные с современными решениями для создания уникального опыта.

Для проведения анализа глэмпингов в России (табл.2) были выбраны пять комплексов, расположенных в различных регионах страны: Красная Поляна (Краснодарский край), Казань, Тверь, Алтай и Кавказ.

Таблица 2 Анализ российского опыта

Регион	Архитектура	Жилые единицы	Форма	Изображение
Красная Поляна	Купольных шатров, которые сочетают футуристичный дизайн, функциональность и устойчивость к климатическим условиям.	3	Купольные шатры	
Казань	Интеграцию с природой и использование экологичных материалов.	6	A-frame, дома-кубы, шатры	
Тверь	Гармоничное вписание в лесной ландшафт.	32	Модульные дома	
Алтай	Многообразие архитектурных решений.	38	Шале, скай дом, типи хаус, барнхаус, тентхаус, бунгало	
Алания	Интеграции с высокогорным ландшафтом.	10	Модульные дома	

Российские глэмпинги следуют общемировой логике развития, но адаптируются к суровому климату: в Красной Поляне и Северной Осетии

делают ставку на устойчивость конструкций (купольные шатры, модульные дома), а в Твери и на Алтае – на энергоэффективность (утеплённые модульные дома и шале).

Сравнительный анализ зарубежного и российского опыта развития глэмпинга выявляет как общие тенденции, так и значимые различия, обусловленные культурно-историческими, климатическими и регуляторными факторами. На Западе (США, Великобритания, Скандинавия, Новая Зеландия) глэмпинг как сегмент рекреационной архитектуры сложился в 1990–2000-е гг., что позволило накопить опыт модульного строительства, применения лёгких конструкций и «умных» инженерных систем. В России рынок активно развивается с 2018–2020 гг., отличаясь экспериментальными решениями и адаптацией зарубежных технологий к местным условиям. Нормативная база за рубежом включает специализированные стандарты (EN 16055, ASTM F2463), чёткие регламенты безопасности и упрощённые процедуры согласования, в то время как в РФ правовое поле фрагментировано: отсутствуют ГОСТы для глэмпинга, проектирование ведётся по аналогии с гостиницами, а земельные вопросы создают барьеры. Среди зарубежных авторов известны Tom Chandler Architects (проекты с нулевым энергопотреблением), Skylark Collective (биоморфные конструкции) и Kengo Kuma (минималистские глэмпинги), в России лидируют WowHaus (модульные дома), Buro 5 (ландшафтная интеграция). Глэмпинг становится перспективным полем для архитектурных экспериментов, сочетая требования комфорта и экологичности. При этом российский рынок нуждается в разработке нормативной базы, локализации технологий и формировании культуры ответственного строительства для создания устойчивой рекреационной среды.

Список использованных источников

1. Красильникова Н. В., Сотова Л. В. Глэмпинги как современный тренд в туризме // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. –2023. – № 1. Т.9.

2. Лебедева Т. Е., Прохорова М. П., Кузьмина Н. М. Глэмпинг: мировой опыт, перспективы развития в России // Московский экономический журнал. – 2020. – №4.

3. Петрова С. А. Глэмпинг как новый формат экологического туризма: зарубежный опыт и возможности внедрения в России // Туризм и региональное развитие. – 2022. – №3. – С. 30–38.

4. Савинкин В. В. Глэмпинг как новый вид среднего проектирования // Бизнес и дизайн ревю. – 2022. – №4 (28). – С. 101–109.

5. Федорова Н.П. Инфраструктура и планировочные решения глэмпингов на примере европейских стран // Строительство и архитектура. – 2021. – №6. – С. 25–33.

6. Серова, О. В. Туристско-рекреационное проектирование [текст]: учебное пособие для студ. высш. учебн. заведений / О.В. Серова. – Уфа: Изд-во БГПУ, 2019. – 166 с. - (Высшее образование: Бакалавриат).

7. Fowler M., Kincaid J. Glamping: The New Frontier in Tourism Development. – London: Routledge, 2020. – 310 p.

© Асламазова К.О., 2026
© Гайдук Д.В., 2026

Т. О. Бердник,
канд. филос. наук, профессор кафедры «Дизайн»
Донского государственного технического университета,
г. Ростов-на-Дону, РФ

Л. В. Шмакова,
студентка
Донского государственного технического университета,
г. Ростов-на-Дону, РФ

ТИПОГРАФИКА КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ И ЭСТЕТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА

В статье исследуется типографика как важнейший инструмент графического дизайна, влияющим на восприятие информации и общее впечатление о проектируемом объекте визуальной коммуникации. В эпоху цифровизации проектно-технологических процессов типографика приобретает новые возможности – дизайнеры создают уникальные шрифты и адаптируют их под различные платформы (веб, мобильные приложения). Грамотно оформленный текст помогает создать неповторимый стиль и удерживает внимание читателя, становится важным элементом визуальной идентичности компании. Рассматривается история развития типографики, ее трансформацию и адаптацию в условиях постоянных изменений в культуре, технологиях и эстетических предпочтениях общества.

Ключевые слова: типографика, шрифт, верстка, оформление текста, современная полиграфия.

Введение. В современном мире типографика остается важным инструментом в дизайне и визуальной коммуникации. Цифровая эпоха характеризуется увеличением количества информации в интернете, что повысило важность типографики. Она влияет на восприятие информации и

в значительной степени определяет ее конкурентноспособность. Хорошо оформленный текст помогает информационному сообщению выделиться на фоне конкурентов и удерживает внимание читателя.

Действенность шрифтов в объектах коммуникативного дизайна определяется тем, что они могут вызывать различные эмоциональные реакции у пользователей. Например, рукописные шрифты создают ощущение эксклюзивности и персонализации подхода, тогда как строгие геометрические шрифты вызывают ассоциации с современностью, технологичностью и профессионализмом.

Краткий обзор литературы. В научной литературе, посвященной феномену типографики, рассматриваются такие аспекты как особенности шрифтовой культуры в современной среде в контексте ее функциональности и эстетических возможностей [3, 10, 11]. Многие исследователи изучают коммуникативные возможности шрифтов и как они помогают восприятию информации в зависимости от области применения текста и специфики его носителей [1, 2, 3, 4, 7, 8]. Обширный ряд научной литературы изучает генезис и эволюцию типографики, которая прошла через множество исторических трансформаций, адаптируясь к современным условиям и тенденциям [3, 4, 5, 6, 9]. При этом исследование претендует на новизну в части систематизации и обобщения опыта современных экспериментов с компоновкой текста, использованием нестандартных шрифтов, выявлении критериев поиска выразительных и запоминающихся визуальных решений, расширении границ типографического искусства за счет открытия новых возможностей его применения в различных сферах жизни.

Цель исследования является анализ современных подходов к типографике и разработка на их основе проектных методов создания выразительных и запоминающихся визуальных решений. Реализация цели определила решение ряда сущностных задач, среди которых: исследование и обобщение зарубежного и отечественного опыта современной типографики, выявление ее основных тенденций, изучение примеров современных методов и подходов к использованию типографики.

Искусство оформления текста, которое имеет богатую и отвечает не только за его эргономические характеристики, но и за эстетическое восприятие, влияя на общее впечатление от текстового материала. Ключевой задачей типографики является выбор шрифтов, их гарнитуры, размера, интервала между строками и буквами, а также расположение текста на странице (выравнивание – по левому, правому краю или по центру). С ростом использования мобильных устройств повышается требование к адаптивности типографики. Читаемость на маленьких экранах становится критически важной, поэтому выбор шрифта и его размер играют ключевую роль.

Типографика имеет богатую и разнообразную историю, которая

начинается с изобретения печатного пресса Иоганном Гутенбергом в середине XV века. Это событие стало поворотным моментом в распространении информации и изменило способ, которым люди взаимодействовали с текстом. Появление печатного пресса позволило массово производить книги, что сделало их более доступными. В это время стали развиваться первые шрифты, такие как готические и антиквенные. Шрифт «Blackletter» стал символом этого периода.

Позже в XVII–XVIII века появляется много новых стилей шрифтов, таких как «Transitional» и «Modern». Типографы начали экспериментировать с формой букв и их пропорциями, что привело к улучшению читаемости. Эпоха индустриализации второй половины XIX века привела к созданию новых технологий печати. Промышленная революция стала драйвером развития рекламного дела, а это повлекло появление декоративных шрифтов, используемых для постеров.

XX век стал периодом формирования нового вида деятельности – дизайна, что ознаменовало новый подход к типографике. Активные разработки в области типографики и шрифтового дизайна проводились в Баухаузе и ВХУТЕМАСе, которые пропагандировали методы функционализма и конструктивизма. Дизайнеры стали использовать новые шрифты, основанные на геометрических формах. В это время также началось использование шрифтов без засечек.

Появление цифровых технологий в конце XX – начале XXI веков создало новых возможностей для создания шрифтов. Благодаря программному обеспечению для дизайна любой желающий мог создавать свои собственные шрифты. Эстетические и стилевые подходы к типографике принципиально поменялись. Теперь важнейшую задачу дизайнеры видят в создании оригинального, порой даже шокирующего образа, чтобы удивить потребителя и захватить его внимание и интерес.

Но даже самая экспериментальная типографика базируется не только на эстетическом эффекте, но и на функциональных основах. Коммуникативность в типографике достигается с помощью системы факторов, зависящих от стоящей перед дизайнером проектной задачи. Рассмотрим их последовательно.

1. Передача информации. Качество этой задачи обеспечивается следующими характеристиками типографики:

– функциональность шрифтов: выбор шрифта влияет на то, как информация воспринимается; например, строгие шрифты могут использоваться для официальных документов, в то время как мене формальные могут применяться в развлекательных изданиях;

– акцент на ключевых моментах: использование жирного шрифта, курсивов и цветовых акцентов помогает выделить важные части текста, что облегчает восприятие и запоминание информации.

2. Создание эмоциональной связи предполагает:

– визуальную идентификацию: типографика может вызывать определенные эмоции у читателя, создавая связь между текстом и его содержанием; например, шрифты с рукописным стилем могут вызывать чувство близости и доверия;

– упрощение взаимодействия: правильная типографика помогает читателям легко находить нужную информацию, что улучшает общий опыт взаимодействия с изданием.

3. Навигация и ориентирование выделяет следующие характеристики:

– структурирование контента: типографика дает возможность потребителю быстро ориентироваться в многостраничных изданиях, облегчая поиск нужной информации через четкие заголовки и разделы;

– интерактивные элементы: в цифровых многостраничных изданиях типографика может включать ссылки, кнопки и другие элементы навигации, что делает взаимодействие более удобным.

4. Кросс-культурная коммуникация понимается через:

– универсальность шрифтов: некоторые шрифты могут быть более универсальными и понятными для разных культур, что важно для международных изданий;

– адаптацию под целевую аудиторию: понимание культурных особенностей аудитории позволяет выбирать шрифты, которые будут наиболее эффективны для передачи сообщения.

Типографика необходима для эффективной коммуникации. Она помогает организовать информацию, делает текст более доступным и привлекательным для читателя. Феномен типографики является важным аспектом не только графического дизайна, но и всей визуальной культуры. Типографика является важным элементом в повседневной жизни человека, влияя на восприятие информации, эмоциональное состояние и взаимодействие с окружающим миром. Она служит не только функциональным, но и эстетическим целям, делая текст более доступным и привлекательным. Используют общие для художественного формообразования принципы композиции и колористики типографика тесно связана с другими видами искусства, такими как живопись, скульптура и архитектура.

Многозадачность и многофакторность типографики определили то, что этот феномен изучается через различные виды деятельности: графический дизайн, психология визуального восприятия, история искусства и культуры и т.д. Дизайнеры и ученые-исследователи анализируют влияние различных стилей шрифтов на аудиторию и их эмоциональную реакцию.

Феномен типографики в современной полиграфии подчеркивает ее значимость не только как инструмента передачи информации, но и как важного элемента визуальной коммуникации. Современные дизайнеры используют типографику для создания уникальных идентичностей брендов,

привлечения внимания и передачи эмоций, что делает ее неотъемлемой частью маркетинга и искусства. Как «живой» инструмент дизайнера, проектирующего полиграфическую продукцию, типографика эволюционирует, открывая новые горизонты для креативности и инноваций. В условиях стремительного технологического прогресса и изменяющихся потребностей аудитории, она остается эффективным фактором коммуникативного дизайна, способствуя созданию выразительных и запоминающихся визуальных решений.

Список использованных источников

1. Чернова М. В. Типографика в дизайне // Экономика предприятий, регионов, стран: актуальные вопросы и современные аспекты. – 2021. – С. 52-54.

2. Пурас И. Ю. Современные тренды в графическом дизайне // Бизнес и дизайн ревю. – 2016. – Т. 1. – №. 2 (2). – С. 8.

3. Старикова Е. А. Типографика как новая современная форма коммуникации в дизайне // Лучшая научная статья 2016. – 2016. – С. 67–71.

4. Константинова С. В., Корешков В. В. Анализ современных тенденций в графическом дизайне и типографике // Дизайн и архитектура в современном социокультурном пространстве. – 2016. – С. 91–96.

5. Чуева О. В. Дизайн упаковок и типографика: тенденции объединения в одном проекте //Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2014. – №. 10-2. – С. 209–213.

6. Чуев С. И. Тренды в дизайне упаковки (типографика—тренд второй) // Упаковка. – 2013. – №. 5. – С. 63–65.

7. Кричевский, В. Кое-что о шрифте в типографике / В. Кричевский. – Москва : Шрифт, 2021.

8. Рудер, Э. Типографика / Э. Рудер. – Москва : ЁЁ Медиа, 2019.

9. Чихольд, Я. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера / Я. Чихольд. – Москва : Студия Артемия Лебедева, 2019.

10. Бердник, Т. О. Создание визуального образа художественного текста в формате Зин-культуры / Т. О. Бердник, П. В. Ленивкина // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. – 2026. – № 1-1. – С. 158–164.

11. Бердник, Т. О. Книжная графика в контексте эстетической и коммуникативной функции / Т. О. Бердник, М. М. Исупова // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. – 2022. – № 1-1. – С. 222–227.

© Бердник Т.О., 2026
© Шмакова Л.В., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

Т. О. Бердник,
канд. филос. наук, профессор кафедры «Дизайн»
Донского государственного технического университета,
г. Ростов-на-Дону, РФ

Л. И. Рожицкая,
студентка
Донского государственного технического университета,
г. Ростов-на-Дону, РФ

РЕВИТАЛИЗАЦИЯ АРХИТЕКТУРНЫХ СООРУЖЕНИЙ В КОНТЕКСТЕ ФОРМИРОВАНИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

В статье исследуются проблемы формирования пространства города в контексте ревитализации промышленных объектов и территорий, утративших свою функциональную и территориальную целесообразность. Рассматриваются инструменты адаптации депрессивных промышленных застроек к современным условиям функционирования городской инфраструктуры. Изучаются специфические архитектурно-дизайнерские методы включения объектов, подвергшихся реновации и рефункционализации в социально-культурную среду города. Делается вывод об эффективности ревитализации в решении задачи создания комфортную среду обитания, соответствующую современным требованиям, и ее влиянии на сохранение исторического своеобразия российских городов.

Ключевые слова: ревитализация, депрессивная застройка, промышленные комплексы, методы реновации.

В современном обществе стремительно меняются требования к эстетическим и эксплуатационным качествам предметного наполнения окружающей среды. Сегодня уровень комфорта населенных территорий в значительной степени определяет качество жизни их обитателей. В этой связи повсеместно проводятся мероприятия по преобразованию городских пространств, приданию им нового облика, улучшению инфраструктуры. Эта концепция актуальна не только для новых микрорайонов, но также и для территории исторической застройки.

В структуре развивающегося города в современной эпохе актуализировалась проблема реновации городских территорий и архитектурных объектов. Под реновацией принято понимать адаптацию уже существующих знаний, сооружений, комплексов с учетом изменения эстетических, технологических, эксплуатационных требований общества для обеспечения эмоционально-психологического и физического комфорта его членов. В этом контексте реновация представляет собой технико-

экономический процесс видоизменения архитектурных объектов, ставших не актуальными в силу физической или моральной непригодности. Целесообразность и эффективность реновации обуславливается целым комплексом социальных, экономических, психологических, исторических и эстетических факторов.

Архитектурно-пространственная реновация сходна с процессом реконструкции, в результате которой происходит полное или частичное переустройство населенного пункта, квартала, отдельного здания, а также его внутренних пространств. Оба эти процесса регламентируются функциональными, социально-экономическими, социально-гигиеническими, архитектурно-художественными требованиями.

Реновация бывает волюнтаристическая и эволюционная. В первом случае процесс реновации принудительный – официально принимается решение о сносе существующего объекта городской застройки. Эволюционная реновация протекает естественным образом и имеет своей целью предотвращение чрезвычайного происшествия (аварию, разрушение объекта или более серьезную катастрофу) из-за физического износа объекта или улучшение архитектурного облика объектов, утративших свою привлекательность в условиях стремительных темпов развития городской инфраструктуры. В любом случае идет речь об улучшении структуры объекта и совершенствовании серой городской среды.

Чаще всего объектами реновации становятся промышленные сооружения и комплексы. В условиях быстрого роста городов проблема реновации промышленных объектов и территорий становится наиболее актуальной. Развитие современных городов порождают тенденцию переноса промышленных предприятий за пределы центральной части города, или даже за границы городской территории. Основным потенциалом и смысловой доминантой крупного города являются административно-деловые центры. Из-за ряда проблем многие промышленные объекты прекращают свое существование и превращаются в, так называемую, депрессивную застройку, не вписываясь в социальную среду города.

В этой связи возникает задача адаптации промышленных территорий к современным условиям функционирования города. При этом существует три принципиально отличных друг от друга подхода к восстановлению промышленных объектов. Первый подход предполагает полное сохранение промышленной функции. В этом случае используются следующие методы:

– мемориальный путь – полная, детальная реставрация, воссоздание, сохранение первоначального облика здания; обычно используется, когда объект является историческим памятником промышленной архитектуры;

– путь совершенствования – привнесение новых технологий производства и обслуживания в существующее здание (реконструкция объекта).

Второй подход используется при частичной рефункционализации

объекта. При этом возможны следующие варианты:

а) сохранение и реконструкция основных планировочных структур сооружения;

б) музеефикация объекта, или консервация, обеспечивающая длительное хранение структурных характеристик объекта;

в) добавление в структуру существующего объекта элементов нового типа, соответствующих по своим эстетическим характеристикам социально-культурным критериям современности.

И, наконец, третий подход, состоящий в полной рефункционализации. Он опирается на следующие методики:

а) рефункционализация существующего архитектурного объекта в соответствии с актуальными социально-культурными критериями современности; в этом случае промышленное здание или комплекс может получить функцию жилого или общественного объекта (офисные центры, образовательные учреждения, торгово-развлекательные комплексы, гостиницы, спортивные сооружения, культурно-выставочные пространства и т.п.);

б) экологическая реабилитация территории, т.е. рекультивация территории, попавшей в зону загрязнения, а именно организация зеленых массивов – парков, скверов, аллей);

в) полный демонтаж объекта и строительство на его месте совершенного нового объекта.

Грамотная реновация городской территории способствует значительному улучшению облика города, этот процесс осуществляется повсеместно. В каждом конкретном случае выбирается тот или иной метод адаптации промышленных объектов. Рассмотрим самые распространенные из них в практике градостроительной реновации.

Метод аппликации.

Этот метод представляет собой реконструкция фасадной плоскости путем создания фальшфасада. На основе существующей конструкции активно видоизменяется облик здания с помощью использования различных поверхностных структур – композиционных решеток, декоративного покрытия, изображения на баннерной сетке и т.п. Фальшфасады имитируют реальные фактуры и даже архитектурные элементы и придают старому зданию эстетичный респектабельный вид. Благодаря фальшфасаду удается придать внешнему облику здания либо принципиально новое композиционное решение, либо «восстановить» первоначальный вид визуально добавляя утраченные детали, элементы, фактуры, цвет.

Часто фальшфасады создаются за счет навесных конструкций, которые способны абсолютно изменить облик здания, обеспечивая самые разнообразные стилистические решения. Кроме эстетических задач такой метод реновации преследует и практические цели – благодаря навесным конструкциям улучшается уровень физического комфорта: во внутренних

помещениях создается оптимальный микроклимат, повышаются тепло- и звукоизоляционные свойства стен, что в свою очередь ведет к снижению эксплуатационных затрат на отопление и кондиционирование объекта.

Метод аналогии.

Этот метод реновации основан на сравнительном анализе объекта с образными прототипами-аналогами. В этом случае принципы формообразования переносятся с одного объекта на другой. Так, например, на фасад здания может выноситься инженерное оборудование, не скрывая, а подчеркивая технологические процессы. Одним из трендов в рамках подобного метода является создание кинетических фасадов. Идея состоит в том, чтобы соединить привлекательную в художественном отношении оболочку здания с инженерно-техническими возможностями регулирования микроклимата во внутренних помещениях.

Метод интеграции.

Это один из самых креативных методов реновации архитектурных сооружений и градостроительных комплексов. В процессе его осуществления происходит внедрение дополнительных объемов в существующую структуру здания или группы зданий. В результате происходит появление новых пространств, объемов, изменяется масштаб и образное звучание объекта. Композиционное построение новой формы основывается на принципе контраста, который выступает в разных проявлениях: контраст пластического рисунка, материалов и фактурных решений, цвета и текстуры, образно-стилистических подходов.

Врезанный в старое здание объем может стать композиционной и смысловой доминантой объекта реновации. Интеграция как художественный прием является отражением эстетики постмодернизма и позволяет придать старому архитектурному сооружению яркую образную выразительность, необычность, интерпретационную сложность. Кроме того, этот метод позволяет значительно увеличить полезную эксплуатационную площадь, что особенно важно в районах с исторической застройкой, где нежелателен снос существующих зданий.

Метод вставки в историческую застройку.

В реновации современных городов часто использование домов-вставок в пространстве исторической застройки. Этот метод реновации требует высокой степени профессионализма и художественного чутья от архитектора, так как здесь важнейшей задачей является гармоничное внедрение нового здания в исторически сложившийся образ улицы.

Таким образом, в зависимости от комплекса конкретных факторов реновация может варьировать от поддержания средовых объектов и архитектурных сооружений в хорошем состоянии (ремонт или реставрация) до полного преображения территории путем сноса существующих построек и возведения новых. Чаще всего реновация представляет собой комплекс мероприятий по интеграции новых сооружений в контекст существующего

облика городской территории. Такой подход позволяет создать комфортную среду обитания, соответствующую современным требованиям, и, одновременно, сохранить историческое своеобразие больших и малых городов России. Это ставит проблему реновации территорий и архитектурных сооружений в ряд важнейших экономических и социокультурных мероприятий, решаемых на государственном уровне.

Список использованных источников

1. Андреев М. Реновация промышленных территорий и объектов. [Электронный ресурс] http://arch-grafika.ru/publ/bez_kategorij/bez_kategorij /renovacija_promyshlennykh_territorij_i_obektov/12-1-0-69/.

2. Алисон Ахерн, Эндрю Форбс, Фей Свит, Хамиш Скотт. 100 чудес современной архитектуры.

3. Бердник, Т. О.Ревитализация промышленных территорий в контексте сохранения объектов культурного наследия / Т. О. Бердник, Ю. И. Еременко // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. – 2021. – № 2-2. – С. 179–185.

4. Джейкоб Сэм. Архитектура как воссоздание. – Москва : Strelka Press, 2012. – 198 с.

5. Дрожжин Р. А. Реновация промышленных территорий // Вестник Сибирского государственного индустриального университета. – 2015. – № 1 (11). – С. 84–86.

6. Благоустройство в реновации. Подходы и проблемы / по заказу Комитета по архитектуре и градостроительству города Москвы. – Москва : А-Принт, 2018. – 268 с.

© Бердник Т.О., 2026
© Рожицкая Л.И., 2026

А. И. Бугаева,
преподаватель
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ТРЕНДЫ В АЙДЕНТИКЕ 2026: ПЕРЕСТРОЙКА ИДЕНТИЧНОСТИ БРЕНДОВ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С РЕАЛЬНЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ

Статья рассматривает актуальные тенденции визуальной идентификации брендов 2025–2026 гг. и предлагает практический взгляд на их техническую реализацию. Рассмотрены случаи перехода от внешних обновлений логотипов к глубокой смысловой перестройки идентичности, на примерах российского и международного рынка. Отдельное внимание уделено вопросу совместимости новых визуальных решений с реальными производственными процессами – печатью, упаковкой, отделочными технологиями. Научная новизна работы заключается в попытке систематизировать разрыв между дизайнерским замыслом и технологической воспроизводимою айдентики на серийном производстве. Материал ориентирован на маркетологов, дизайнеров и специалистов производственных подразделений, работающих с брендированной продукцией.

Ключевые слова: айдентика, ребрендинг, визуальная идентичность, фирменный стиль, производство, брендированной продукции, дизайн упаковки, полиграфия.

От внешних обновлений к смыслу: почему логика бренда изменилась.

Обновление логотипа перестало быть самоцелью. Ещё пять-шесть лет назад типичный ребрендинг сводился к замене шрифта, лёгкой коррекции палитры и появлению нового слогана, – дизайнеры навевали подобное «освежением». Сейчас все иначе, и разница ощущается не сколько визуально, сколько на уровне логики принятия решений внутри компаний.

Аналитики, изучавшие громкие обновления идентичности 2025 года, фиксируют переход к так называемому «смысловому ребрендингу»: это значит, когда компании пересобрали идентичность глубоко-стратегически, структурно и честно, отказываясь от внешних обновлений и «нового оттенка синего». Показательно и то, что смена курса произошла не мгновенно: по тем же наблюдениям, 2023–2024 года были эпохой минимализма, тогда как 2025 стал годом редизайнов, за которыми стоит новая бизнес-логика [4]. Это, пожалуй, ключевой сдвиг, который стоит держать в уме, приступая к обсуждению практических трендов.

Собственно, ребрендинг как процедура перестал восприниматься

исключительно как реакция на кризис. Специалисты, разбиравшие мифы вокруг обновления идентичности, подчёркивают: в отличие от редизайна или рестайлинга ребрендинг представляет собой комплексное обновление всех уровней идентичности компании – визуальной, вербальной и смысловой [5]. При этом распространено заблуждение что подобное обновление сигнализирует о проблемах бренда; действительно, такие случаи бывают на рынке, когда ребрендинг становиться вынужденной мерой после ухода материнской компании, окончания лицензионного периода или смены собственника [5], но сводить все многообразие практики к этой схеме было бы упрощением.

Показательный российский кейс-обновление «Яндекс Маркета» в 2024 году. По данным отраслевых обзоров, в апреле 2024 года «Яндекс» объявил о первом за три года ребрендинге «Яндекс Маркета», сменив доминирующий цвет на алый при сохранении жёлтых элементов и введя букву «М» жёлтого цвета на красном фоне [1]. Причина понятна и в чем-то очень банальна: сервис визуально сливается с другими продуктами. Отмечается «Яндекс Маркет» был визуально похож на другие жёлтые сервисы компании, такие как «Еда» и «Такси» [1], а новая палитра решила прикладную задачу различимости в интерфейсе и на упаковке.

Похожая логика прослеживается в кейсе Т-банка, где обновление идентичности сопровождалось стратегическим репозиционированием. Согласно обзору редизайнов 2024 года, Т-банк представил новую айдентику не просто как смену логотипа, а как стратегический шаг к международному развитию, стремясь выйти за пределы российского рынка и сделать название понятным в любой стране [2]. Здесь визуальная идентичность выступает не декорацией, а инструментом бизнес-стратегии – и это, вероятно, наиболее устойчивая тенденция последних двух лет.

Что стоит за трендами: научный взгляд на смещение стилистических доминант.

Университетские исследования фирменного стиля фиксируют тот же сдвиг, хотя формулируют его более сдержанно. В работе А.А. Коробковой и Е.В. Панги (2025 г.), отмечается: актуальность темы связана с необходимостью адаптации визуальных систем брендов к современным условиям [3]. Авторы обращают внимания на прикладной, почти утилитарный мотив следования тренду: дизайн не стоит на месте, и большинство мировых компаний стараются следовать трендам фирменного стиля, чтобы не отставать от современности и привлекать больше клиентов.

Здесь стоит сделать оговорку: эмоциональная составляющая выбора потребителя, на которую ссылаются исследователи, работает не универсально, а скорее избирательно – в категориях с высокой конкуренцией по цене и функционалу визуальный образ становиться едва ли не единственным дифференцирующим фактором. Коробка и Панга формулируют это прямо, указывая, что эмоции – главная причина при

выборе товара, которая зачастую становиться решающей [3]. Насколько это применимо к рынкам с низкой эмоциональной вовлеченностью – скажем, к b2b-сегменту промышленного оборудования, – вопрос, требующий отдельной эмпирической проверки, и однозначного ответа в литературе пока нет.

Международная практика демонстрирует смещение от статичной графики к динамическим системам идентичности. По наблюдениям аналитиков рынка, искусственный интеллект вошёл в маркетинг как стандарт, визуальный язык брендов стал короче, громче и требовательнее к смыслу, из чего следует урок: графика перестаёт быть статичной, и, если бренд работает с динамикой, идентичность должна отражать эту динамику [4]. Иллюстрацией служит обновление Airbnb: компания освежила «Bélo», сделав его более открытым, мягким и цифровым, решая при этом задачу возврата доверия после нескольких лет турбулентности рынка [4].

Возникает вопрос – можно ли назвать это универсальным трендом или же речь о частном решении отдельной платформы? Практика показывает второе, хотя направление движение общее: гибкость системы идентичности, способности логотипа существовать в анимированном, а не только статичном виде, становиться требованием, а не опцией. Производственные подразделения привыкшие работать с фиксированным наборам файлов для печати, оказывается перед новой задачей-обеспечить визуально согласованность между цифровой анимацией и физическим носителем, будь то упаковка, вывеска или каталог.

Не менее интересен обратный сценарий, случай, когда ребрендинг не спасает бизнес и воспринимается рынком скептически. Обзор кейсов 2024 года указывает на условиях неудачи: ребрендинг не поможет ситуации, когда его делают для привлечения внимания, когда товары и услуги низкого качества и другой логотип ничего не меняет, а также когда бренд не готов критике. Хотя новую айдентику критикуют всегда, даже если она хороша [6]. Это наблюдение работает как предостережение против механического копирования модных решений без внутренней перестройки продукта.

При этом отдельные компании используют символику точечно, встраивая новый визуальный элемент в существующую систему без полной перестройки. Так, в сегменте премиальных банковских услуг «Альфа-премиум» завершил ребрендинг, превратившись в Alfa Only, и внедрил новый символ-жемчужину, подчёркивающую уникальность каждого клиента [6]. Символ выбран не случайно: жемчужина хорошо воспроизводиться и в цифровой графике, и на физических носителях – картах, конвертах, полиграфии премиум-класса, что для производственного контура критично важно.

Ниже, в соотвствии с таблицей 1, сведены основные направления, которые прослеживаются в рассмотренных кейсах и научных публикациях за 2024–2026 годы.

Таблица 1 – Основные направления в ребрендинге айдентики

Направление	Суть тренда	Производственная сложность
Смысловой ребрендинг	Обновление визуальной, вербальной и смысловой оболочки одновременно	Требует пересмотра брендбука и всех печатных шаблонов;
Динамическая идентичность	Логотип и графика адаптируются под движение, анимацию, интерфейсы	Нужна параллельная статическая версия для офлайн-носителей;
Локальный символизм	Введение одного нового элемента (цвет, символ) без полной перестройки	Ниже риск, легче внедрить в существующие производственные линии;
Отказ от чрезмерного минимализма	Возврат более выразительных, «человечных» решений после волны минимализма 2023–2024 гг.	Повышенные требования к качеству цветопередачи и материалам печати;

Таблица показывает не столько противоречие подходов, сколько их сосуществование – компании выбирают стратегию исходя из ресурсов и готовности к риску, а не из абстрактной моды.

Как перевести тренд в производственную задачу: практический контур адаптации. Разрыв между дизайнерским макетом и его физическим воплощением – тема, которая в научной литературе по брендингу обсуждается заметно реже, чем стратегические аспекты идентичности. И это, вероятно, самое слабое звено всей цепочки: концепция может быть безупречной на экране, но при переносе на упаковку, вывеску или текстиль неизбежно сталкивается с ограничениями технологического цикла.

Первое, с чем сталкивается производство при внедрении смыслового брендинга, – необходимость перерасчёта всей линейки носителей идентичности. Если компания меняет не только логотип, но и вербальную часть бренда, как это происходило у Т-банка при переходе к международному позиционированию [2], производственный отдел получает не точечную правку файла, а полный пересмотр макетов для упаковки, наружной рекламы, форменной одежды сотрудников и транспортной маркировки. Такая перестройка растягивается на месяцы, и здесь важно заранее закладывать буферный период на тестовую печать – цвет на экране и цвет на реальном материале почти никогда не совпадают идеально.

Второе направление адаптации касается динамической идентичности. Тренд на анимированные, «живые» логотипы, отмеченные аналитиками применительно к международным брендам [4], создаёт практическую дилемму: как обеспечить единство бренда в цифровой среде и на физическом носителе, где движение невозможно по определению. Решение, которое на практике встречается чаще прочих, – разработка «замороженного» кадра анимации как основной статической версии логотипа для печати, при этом сама анимация остаётся доступной только для цифровых точек контакта. Такой компромисс не идеален, но он снимает основную часть рисков несовместимости.

Третье – вопрос материалов и отделки. Возврат к более насыщенным, менее стерильным решениям, о котором говорят и научные публикации [3], и отраслевые обзоры [4], означает рост требований к качеству цветопередачи. Плоская печать в два-три цвета, привычная для минималистичных брендбука 2022–2023 годов, плохо справляется с градиентами и сложными текстурами, которые возвращаются в моду. Производствам, работающим с офсетной и цифровой печатью, приходится пересматривать парк оборудования либо переходить на комбинированные технологии, например, сочетание цифровой печати с выборочным УФ-лакирование для передачи глубины изображения.

Отдельная сложность – локальный символизм, когда бренд вводит новый элемент точечно, без полной перестройки системы, как в случае с символом – жемчужиной у Alfa Only [6]. На первый взгляд, такая стратегия кажется производственное щадящей: меняется лишь один элемент, а не весь брендбук. Однако практика демонстрирует другое – единичный новый символ должен безупречно воспроизводиться на всех типах носителей одновременно, от пластиковой карты до наружной рекламы, а это требует не меньшей технологической проверки, чем полная замена идентичности.

Здесь стоит привести и обратный пример – ситуацию, когда решение о ребрендинге принимаются без должной оценки производственных последствий. Подобные случаи в публичном поле обычно не афишируется компаниями напрямую, но косвенно на них указывают предупреждения исследователей о неудачных ребрендингах, сделанных «только для привлечения внимания» [6]. За красивой презентацией нередко скрывается неготовность типографий и упаковочных линий воспроизвести заявленную концепцию в необходимом тираже и в приемлемые сроки – и тогда компания вынуждена либо откатывать к упрощённой версии айдентики, либо нести дополнительные издержки на дообучения подрядчиков.

Можно предположить, что в 2026 году производственная гибкость станет не менее значимым конкурентным фактором, чем сама дизайнерская идея. Бренды, которые заранее выстраивают диалог между креативной командой и производственным контуром, получают преимущество не в скорости запуска, а в устойчивости результата – макет, проверенный на реальном материале до момента массового тиража, обходится дешевле, чем повторная переделка после первой партии брака.

В заключении, рассмотренный материал показывает, что представление о трендах айдентики как о наборе визуальных приёмов – смена шрифта, новая палитра, модный символ – заметно упрощает реальную картину рынка 2025–2026 гг. Ключевой сдвиг лежит глубже: компании переходят от внешних правок к перестройке смысловой основы бренда, и визуальная составляющая становиться следствием этой перестройки, а не самостоятельной целью [4; 5].

Научные публикации фиксирует этот процесс с некоторыми

временным лагом относительно отраслевой практики, что естественно для академического цикла, но подтверждают ключевой тезис – необходимостью постоянной адаптации визуальных систем к меняющимся условиям рынка [3]. Российские кейсы, от обновления «Яндекс Макета» до трансформации Т-банка, демонстрируют, что визуальная единичность в равной степени решает задачи различимости на насыщенном рынке и коммуникации стратегических изменений бизнеса [1; 2].

Практическая значимость работы для производственных подразделений сводиться к нескольким выводам. Компаниям, планирующим обновление идентичности, целесообразно закладывать тестовый период для проверки цветопередачи и совместимости макетов с реальными материалами печати. Дизайнерам, работающим с динамическими системами идентичности, стоит заранее готовить полноценную статическую версию для офлайн-носителей, а не символов требует не меньшей технологической проверки, сем полная перестройка брендбука, поскольку единичный элемент должен безупречно воспроизводиться на всех типах носителей одновременно.

Дальнейшее исследование могли бы сосредоточиться на количественной оценке издержек, возникающих при разрыве между дизайнерским замыслом и производственной реализацией, – тема, которая пока остаётся на периферии академического интереса, хотя её практическая значимость для отрасли, судя по объёму обсуждаемых кейсов, растёт.

Список использованных источников

1. Громкие ребрендинги 2024 года. – Sostav.ru : [сайт]. – URL: https://www.sostav.ru/publication/gromkie-rebrendingi-2024-72155.html.

2. Как бренды обновили дизайн в 2024 году. – Unisender.com : [сайт]. – URL: https://www.unisender.com/ru/blog/redizajn-i-rebrending-goda-izvestnyh-brendov/.

3. Коробкова, А. А., Панга, Е. В. Современные тренды фирменного стиля // Universum: технические науки. – 2025. – № 1(127).

4. Лучшие ребрендинги 2025 года: главное, что брендам нужно понять перед 2026-м. – Vc.ru : [сайт]. – URL: https://vc.ru/marketing/2644362-rebrening-2025-goda-klyuchevye-izmeneniya-dlya-brendov.

5. Ребрендинг в России 2024: что такое ребрендинг, тренды и ошибки в ребрендинге российских компаний. Т-Банк. Секреты фирмы. – URL: https://secrets.tbank.ru/blogi-kompanij/rebrending-2024.

6. Ребрендинг компаний – 2024. – Markway.ru : [сайт]. – URL: https://markway.ru/blog/rebrending-kompanij-2024/.

© Бугаева А.И., 2026

А. Е. Валуева,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

АФФОРДАНС И ЯЗЫК ФОРМЫ: ПОЧЕМУ ПРЕДМЕТЫ «ГОВОРЯТ» С НАМИ БЕЗ СЛОВ

Цель исследования – определить роль аффорданса как свойства предмета, которое подсказывает человеку способ взаимодействия с ним, и проанализировать, каким образом форма и геометрические характеристики объекта становятся «языком», понятным без дополнительных инструкций. В статье рассмотрены эволюция понятия аффорданса от экологической психологии Джеймса Гибсона до его адаптации в дизайне Дональдом Норманом, а также практические аспекты применения аффордансов в проектировании предметной среды. Научная новизна работы заключается в систематизации знаний о языке формы как инструменте интуитивного взаимодействия и в обосновании значимости аффордансов для создания продуктов, не требующих словесных пояснений.

Ключевые слова: аффорданс, воспринимаемый аффорданс, язык формы, дизайн взаимодействия, интуитивное использование, экологическая психология, Дональд Норман, Джеймс Гибсон.

Каждый день человек взаимодействует с десятками предметов, не задумываясь о том, как именно он это делает. Ручку двери мы тянем, кнопку – нажимаем, стул – воспринимаем как место для сидения. Но что заставляет нас действовать именно так, а не иначе? Ответ кроется в понятии аффорданса (от англ. affordance – возможность действия, ожидаемое назначение) – свойства объекта или среды, которое подсказывает человеку, как с ним взаимодействовать. Это понятие, введённое психологом Джеймсом Дж. Гибсоном в 1970-х годах и популяризированное в дизайне Дональдом Норманом, описывает возможности, которые объект предоставляет для определённого действия в конкретной ситуации.

В данной статье будет рассмотрено, каким образом форма предмета становится «языком», понятным без слов, и как понимание аффордансов позволяет дизайнеру создавать продукты, взаимодействие с которыми становится интуитивным и естественным. Мы также обсудим, как различие между аффордансами Гибсона и Нормана влияет на проектные решения и почему для дизайнера важнее то, как объект воспринимается, нежели его объективные свойства [2].

Термин «аффорданс» был введён Джеймсом Гибсоном в его

фундаментальном труде «Экологический подход к зрительному восприятию» (1979). Гибсон определял аффорданс как то, что окружающая среда предоставляет животному, независимо от того, полезно это или вредно. По мнению Гибсона, аффордансы существуют объективно: дерево всегда предоставляет возможность укрыться в тени, вне зависимости от того, осознаёт ли это проходящий мимо человек. При этом Гибсон был убеждён, что люди воспринимают подсказки окружающего мира непосредственно, и никакая интерпретация не требуется.

Иной взгляд на проблему предложил Дональд Норман, специалист в области когнитивной психологии и дизайна. В своей книге «Психология повседневных вещей» (1988) Норман определил аффорданс как аспект дизайна объекта, который подсказывает, как этот объект следует использовать, – визуальную подсказку к его функции [3]. Норман пишет: «…термин «аффорданс» относится к воспринимаемым и реальным свойствам вещи, прежде всего к тем фундаментальным свойствам, которые определяют, как именно эту вещь можно использовать. […] Аффордансы дают сильные подсказки к операциям с вещами. Пластины предназначены для толкания. Ручки – для поворота. Прорези – для вставления чего-либо. Мячи – для бросания или отбивания. Когда аффордансы используются правильно, пользователь знает, что делать, просто взглянув: ни картинки, ни ярлыка, ни инструкции не требуется».

Ключевое различие между Гибсоном и Норманом заключается в том, что Гибсон понимал аффорданс как объективное свойство среды, существующее независимо от наблюдателя, тогда как Норман ввёл понятие воспринимаемого аффорданса – того, что пользователь интерпретирует на основе предыдущего опыта и культурных установок. Как отмечает Норман, в дизайне воспринимаемые аффордансы важнее реальных, поскольку именно они показывают пользователю, какое действие следует выполнить для правильного взаимодействия с объектом. Иными словами, дизайнер управляет не столько объективными свойствами вещи, сколько тем, как эти свойства воспринимаются человеком.

Если аффорданс – это «приглашение к действию», то форма предмета является основным средством, с помощью которого это приглашение передаётся. Под формой в данном контексте подразумеваются очертания, контуры, геометрические характеристики предмета – всё то, что составляет его визуальный и тактильный облик [1].

Как показывают исследования, форма предмета напрямую связана с его аффордансами: аффордансы являются зависимыми от формы. Это означает, что, изменяя геометрию объекта, дизайнер изменяет и те действия, которые этот объект «предлагает» пользователю. В современной теории дизайна взаимосвязь формы, аффорданса и функции описывается моделью FAF-треугольника (form-affordance-function), которая подчёркивает неразрывную связь этих трёх фундаментальных понятий.

Рассмотрим это на конкретных примерах. Круглая, эргономичная форма ручки приглашает схватить её, сжать в кулаке, потянуть на себя. Плоская, широкая поверхность двери приглашает толкнуть её ладонью. Углубление на поверхности приглашает нажать пальцем. В каждом из этих случаев геометрические свойства объекта – его форма, размер, текстура, расположение относительно других элементов – становятся «инструкцией», которую человек считывает бессознательно [5].

Особую роль в формировании аффордансов играет материал. Тактильные свойства поверхности – гладкость, шершавость, тепло или холод металла, теплота дерева – задают сценарий взаимодействия ещё до того, как человек осознает форму предмета. Шершавую поверхность хочется взять, гладкую – погладить, холодный металл вызывает иные ожидания, чем тёплое дерево. Материал может как усиливать аффорданс формы, так и вступать с ним в противоречие, создавая ложные аффордансы.

Понимание природы аффордансов открывает перед дизайнером широкие возможности. Грамотно спроектированный аффорданс позволяет пользователю интуитивно понять, как взаимодействовать с объектом, снижая когнитивную нагрузку и устраняя необходимость в инструкциях. Хорошо продуманные аффордансы избавляют от неопределённости и позволяют легко ориентироваться в физической и в цифровой среде [4].

Однако проектирование эффективных аффордансов требует учёта нескольких факторов. Во-первых, как отмечал Норман, аффордансы зависят от культурного контекста и предыдущего опыта пользователя. То, что очевидно для человека одной культуры, может быть непонятно для представителя другой. Во-вторых, важно различать реальные и воспринимаемые аффордансы: объект может объективно предоставлять возможность действия, но если пользователь не воспринимает эту возможность, аффорданс не работает. Задача дизайнера – сделать так, чтобы воспринимаемые аффордансы совпадали с реальными.

Особого внимания заслуживают ложные аффордансы – свойства объекта, которые подсказывают одно действие, тогда как на самом деле требуется другое. Классический пример – дверная ручка в виде длинной изогнутой трубки, которая инстинктивно просится в руку для того, чтобы её потянули, хотя на самом деле дверь открывается толчком. Такой разрыв между воспринимаемым и реальным аффордансом создаёт фрустрацию и негативный пользовательский опыт. Именно поэтому, как подчёркивает Норман, цель дизайна – выровнять воспринимаемые и реальные аффордансы так, чтобы интуиции пользователя соответствовали действительности.

Аффорданс – это не просто академический термин из психологии восприятия. Это фундаментальный инструмент проектирования, позволяющий предметам «говорить» с человеком без слов. Задача современного дизайнера – не только создать эстетически привлекательный

объект, но и наделить его формой, которая будет интуитивно понятной, предсказуемой и естественной для целевой аудитории. Как показано в данной статье, форма предмета является основным носителем аффорданса: именно через геометрические, тактильные и материальные характеристики объект приглашает пользователя к определённым действиям.

Понимание различия между аффордансами Гибсона (объективными свойствами среды) и Нормана (воспринимаемыми свойствами) позволяет дизайнеру осознанно подходить к проектированию, учитывая не только физические характеристики объекта, но и культурный контекст, предыдущий опыт и психологические особенности пользователя. В конечном счёте, хорошо спроектированный аффорданс – это такой аффорданс, который не требует пояснений. Предмет, «говорящий» с пользователем на языке формы, становится не просто функциональным, но и по-настоящему удобным, создавая положительный пользовательский опыт и формируя доверие к продукту и бренду.

Список использованных источников

1. Норман, Д. А. Дизайн привычных вещей / Д. А. Норман ; пер. с англ. – Москва : Вильямс, 2006. – 384 с.

2. Гибсон, Дж. Дж. Экологический подход к зрительному восприятию / Дж. Дж. Гибсон ; пер. с англ. – Москва : Прогресс, 1989. – 464 с.

3. Знаков, В. В. Психология возможного. Новое направление исследований понимания / В. В. Знаков. – Москва : Институт психологии РАН, 2020. – 320 с.

4. Тимофеенко, А. И. Энвайронментальный метод студии RAAF: ландшафты аффордансов и экспериментальные поверхности существования / А. И. Тимофеенко // Человек. – 2024. – Т. 35, № 5.

5. Лидвелл, У., Холден, К., Батлер, Д. Универсальные принципы дизайна / У. Лидвелл, К. Холден, Д. Батлер ; пер. с англ. – Москва : РИП-холдинг, 2012. – 272 с.

© Валуева А.Е., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

А. Е. Валуева,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ПРОЕКТНО-ГРАФИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА СТАРШЕКЛАССНИКОВ В ПРОПЕДЕВТИЧЕСКОМ КУРСЕ ПО ОСНОВАМ КОМПОЗИЦИИ В ДИЗАЙНЕ ВО ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассматривается проблема формирования проектно-графических навыков у учащихся старших классов в условиях внеурочной деятельности. Обосновывается необходимость целенаправленного педагогического сопровождения пропедевтического курса по основам композиции в дизайне. Анализируются теоретические подходы к определению сущности проектно-графических навыков, а также условия их эффективного формирования с учётом возрастных особенностей старшеклассников. Особое внимание уделяется содержанию и структуре внеурочной деятельности как среды, обеспечивающей вариативность и практико-ориентированную направленность образовательного процесса.

Ключевые слова: проектно-графические навыки, пропедевтический курс, основы композиции, дизайн, внеурочная деятельность, педагогическое сопровождение, старшеклассники, довузовская подготовка.

Современные тенденции развития системы общего образования характеризуются усилением внимания к вопросам творческого развития личности и её подготовке к осознанному профессиональному самоопределению. В этом контексте особую значимость приобретает довузовская подготовка старшеклассников в области дизайна, которая требует не только наличия базовых художественных способностей, но и сформированности специфических проектно-графических навыков [1]. Однако анализ существующей образовательной практики показывает, что система дополнительного образования не всегда обеспечивает систематическое и целенаправленное формирование таких навыков, что создаёт определённые трудности для учащихся, планирующих продолжить обучение по творческим направлениям [5].

Формирование проектно-графических навыков представляет собой интегративный процесс, выходящий за рамки узкотехнического обучения черчению. Как отмечает А. И. Темербекова, овладение графическим языком предполагает «навыки оперирования графической информацией и умения использовать графическую культуру в разных областях учебной деятельности» [6]. Данное положение принципиально важно для нашего

исследования, поскольку оно указывает на необходимость рассмотрения проектно-графических навыков как сложного личностного образования, включающего когнитивный, операционно-деятельностный и креативный компоненты [8].

Под проектно-графическими навыками старшеклассников в настоящем исследовании понимается интегративная совокупность осознанных действий и приёмов, обеспечивающих создание, анализ и презентацию графических и проектных решений с использованием средств ручной и компьютерной графики, включающая умения выполнять эскизы, чертежи, композиционные построения, макеты и осуществлять их проектную интерпретацию. Данное определение базируется на подходах, представленных в работах А. И. Темербековой, а также на исследованиях проектных умений будущих дизайнеров [6].

Пропедевтический курс по основам композиции в дизайне в рамках настоящего исследования определяется как вводный, предварительный курс, систематически изложенный и направленный на формирование базовых знаний и умений в области композиции и проектной графики. Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту, изучение основ дизайна и композиции на ступени среднего (полного) образования в старшей школе направлено на достижение следующих целей: осуществление поиска различных решений при создании художественной композиции; разработка композиционного решения; использование выразительных и художественно-изобразительных средств при создании творческих работ; составление геометрических, абстрактных композиций [0]. Именно на решение этих задач ориентирован пропедевтический курс, который создаёт содержательную и методическую базу для целенаправленного формирования проектно-графических навыков старшеклассников.

Центральным психологическим новообразованием обучающихся старших классов становится жизненное, профессиональное и личностное самоопределение. Психологические особенности внутренней позиции школьника в юношеском возрасте связаны с предварительным профессиональным самоопределением и построением личной образовательной траектории [4]. Данная характеристика принципиально важна для нашего исследования, поскольку проектно-графические навыки формируются в контексте профессиональной ориентации старшеклассников в сфере дизайна. Старшеклассники отличаются более трезвым, разумно-практическим отношением к действительности, начинают оценивать учебный процесс с точки зрения того, что он даёт для их будущего. Задача самоопределения и выбора жизненного пути становится для них задачей первостепенной важности [3].

Возрастные характеристики старшеклассников определяют ряд принципиальных требований к методике формирования проектно-

графических навыков во внеурочной деятельности. Во-первых, необходимо опираться на возросшие когнитивные возможности учащихся, их способность к аналитической работе с графическим материалом. В период ранней юности происходят существенные сдвиги в развитии познавательных процессов: память становится управляемой, произвольной, увеличивается объём осмысляемого запоминания; мышление приобретает системный характер, что выражается в способности классифицировать частные и общие понятия, выстраивать более сложные структуры для глубокого понимания и объяснения окружающего мира [3].

Во-вторых, следует учитывать профессиональную направленность интересов старшеклассников. Пропедевтический курс по основам композиции в дизайне должен быть ориентирован на формирование не только общих графических умений, но и тех специфических навыков, которые будут востребованы в дальнейшем профессиональном обучении. Как отмечается в исследованиях, обучение подростков и старшеклассников основам графического дизайна играет ключевую роль в развитии их способностей к изобразительному искусству, удовлетворении эстетических потребностей, а также в совершенствовании вкуса и повышении уровня культуры визуального восприятия мира [4].

В-третьих, необходимо обеспечивать условия для проявления самостоятельности и творческой активности старшеклассников. Возрастные особенности ранней юности таковы, что обучающиеся стремятся к независимости суждений, оригинальности решений и признанию собственной индивидуальности. Методика формирования проектно-графических навыков должна предоставлять старшеклассникам возможность выбора тематики проектов, вариативности графических техник и материалов, самостоятельного планирования этапов работы [3].

Формирование проектно-графических навыков старшеклассников не может быть в полной мере обеспечено в рамках урочной системы, ограниченной жёсткой регламентацией содержания, времени и форм работы. Именно поэтому внеурочная деятельность приобретает статус необходимого педагогического условия, обеспечивающего вариативность, гибкость и практико-ориентированную направленность образовательного процесса в области дизайн-образования.

Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту, внеурочная деятельность является неотъемлемой и обязательной частью основной образовательной программы, реализуемой в формах, отличных от урочной системы обучения. Нормативную основу организации внеурочной деятельности составляют Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», а также приказы Министерства просвещения РФ, регламентирующие порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам [7].

Внеурочная деятельность обладает рядом принципиальных преимуществ по сравнению с урочной формой организации занятий. К ним относятся: возможность учёта индивидуальных интересов и потребностей обучающихся; гибкость в выборе содержания, методов и форм работы; отсутствие жёсткой привязки к временным рамкам урока; возможность организации межпредметных связей и интеграции различных видов деятельности; создание условий для практико-ориентированного обучения и проектной работы [5].

В структуре внеурочной деятельности по основам композиции в дизайне целесообразно выделить несколько взаимосвязанных форм организации занятий. Творческая мастерская может быть использована для освоения техник скоростного эскизирования, коллажирования, работы с различными графическими материалами. Проектная лаборатория ориентирована на выполнение старшеклассниками полноценных проектных работ, включающих все этапы проектной деятельности: от постановки проблемы и сбора аналитического материала до создания итогового продукта и его презентации [4]. Графический практикум представляет собой форму занятий, направленную на формирование и совершенствование конкретных графических умений и навыков. Выставка-презентация выполняет функцию итогового контроля и обеспечивает условия для рефлексии и самооценки результатов проектной деятельности [5].

Для того чтобы внеурочная деятельность действительно обеспечивала эффективное формирование проектно-графических навыков, необходимо соблюдение ряда педагогических условий. Содержательная интеграция с основным образовательным процессом предполагает, что внеурочные занятия по основам композиции должны быть содержательно связаны с урочными курсами изобразительного искусства, технологии, черчения. Принцип преемственности обучения требует логической и содержательной связи между уроками и внеурочными занятиями, что способствует повышению уровня учебных достижений учащихся и обеспечивает непрерывность образовательного процесса [5].

Профессиональная направленность содержания обучения обусловлена возрастными особенностями старшеклассников, для которых характерно активное профессиональное самоопределение. Содержание внеурочных занятий должно быть ориентировано на формирование не только общих графических умений, но и тех специфических навыков, которые будут востребованы в дальнейшем профессиональном обучении в сфере дизайна [4]. Как подчёркивается в исследованиях, обучение старшеклассников основам графического дизайна играет ключевую роль в развитии их способностей к изобразительному искусству, удовлетворении эстетических потребностей, а также в совершенствовании вкуса и повышении уровня культуры визуального восприятия мира [5].

Обеспечение условий для творческой самореализации предполагает предоставление старшеклассникам возможности выбора тематики проектов, вариативности графических техник и материалов, самостоятельного планирования этапов работы. Реализация принципа индивидуализации обучения требует педагогического сопровождения, учитывающего уровень подготовки каждого учащегося, его способности к восприятию абстрактных понятий и практическому применению теоретических знаний [4].

Использование современных образовательных технологий предполагает включение в содержание внеурочных занятий работы с графическими редакторами, программами для создания макетов и других цифровых инструментов. Как отмечается в научно-методических публикациях, использование компьютерной графики во внеурочной деятельности способствует формированию графических навыков и эстетической культуры обучающихся, а также раскрывает возможности применения графических редакторов в процессе создания проектных продуктов [7].

Создание атмосферы творческого сотрудничества предполагает организацию групповых форм работы, в рамках которых старшеклассники приобретают опыт коллективного творчества, развивают коммуникативные навыки, учатся аргументировать свою позицию и принимать конструктивную критику. Групповые проекты и коллаборативные задания помогают учащимся научиться работать в команде, слушать и слышать других, выражать свои идеи и мысли, что имеет важное значение для успешной интеграции в профессиональное сообщество дизайнеров в будущем [5].

Таким образом, внеурочная деятельность является неотъемлемым и обязательным условием эффективного формирования проектно-графических навыков старшеклассников в пропедевтическом курсе по основам композиции в дизайне. Она обеспечивает вариативность, гибкость и практико-ориентированную направленность образовательного процесса, позволяя учитывать индивидуальные интересы и потребности обучающихся, создавать условия для творческой самореализации и профессионального самоопределения. Эффективность формирования проектно-графических навыков в условиях внеурочной деятельности обеспечивается комплексом педагогических условий, включающих содержательную интеграцию с основным образовательным процессом, профессиональную направленность содержания обучения, обеспечение условий для творческой самореализации, использование современных образовательных технологий и создание атмосферы творческого сотрудничества.

Список использованных источников

1. Валуева, А. Е. Педагогическое сопровождение пропедевтического курса по основам композиции в дизайне для учащихся старших классов / А. Е. Валуева // Педагогика. Вопросы теории и практики. – 2025. – № 4. – С. 125–134.

2. Гибсон, Дж. Дж. Экологический подход к зрительному восприятию / Дж. Дж. Гибсон ; пер. с англ. – Москва : Прогресс, 1989. – 464 с.

3. Знаков, В. В. Психология возможного. Новое направление исследований понимания / В. В. Знаков. – Москва : Институт психологии РАН, 2020. – 320 с.

4. Инженерная графика : дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа : [сайт]. – Белгород : МБУДО «Центр технологического образования и детского технического творчества», 2022. – URL: http://ctowp.beluo31.ru/wp-content/uploads/2022/11/inzhenernaya-grafika-s-tit-pdf.pdf (дата обращения: 13.10.2026). – Текст : электронный.

5. Хапилина, Н. В. Формирование проектной деятельности студентов вузов в процессе графической подготовки : дис. … канд. пед. наук : 13.00.08 / Хапилина Наталья Владимировна. – Брянск, 2006. – 268 с.

6. Темербекова, А. А. Формирование графической культуры школьников: творчество – арт-проектирование / А. А. Темербекова, Г. В. Байкунакова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2018. – № 5 (194). – С. 189–193.

7. Приказ Министерства просвещения РФ от 27 июля 2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» [Электронный ресурс]. – URL: https://docs.cntd.ru/document/351727438 (дата обращения: 12.10.2026).

8. Катранжи, Е. О. Формирование проектных умений будущих дизайнеров в процессе профессиональной подготовки : дис. … канд. пед. наук / Катранжи Елена Олеговна. – Челябинск, 2020. – 198 с.

9. Фельдштейн, Д. И. Психология взросления: структурно-содержательные характеристики процесса развития личности / Д. И. Фельдштейн. – Москва : Московский психолого-социальный институт : Флинта, 1999. – 672 с.

© Валуева А.Е., 2026

УДК 7.05

О. И. Ворожейкина,
канд. пед. наук, профессор Военного учебного центра при Национальном
исследовательском университете «Высшая школа экономики»,
г. Москва, РФ

Н. Н. Ворожейкин,
ведущий архитектор многопрофильной
российской группы компаний «ГУТА-ДЕВЕЛОПМЕНТ»,
г. Москва, РФ

ДИЗАЙН – КАТАЛИЗАТОР СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ И ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ТРЕНДОВ

В статье обосновывается роль дизайна как катализатора социальных изменений и инструмента формирования социокультурных трендов. На основе анализа теоретических подходов и эмпирических кейсов выявляются механизмы нормативного и ценностного воздействия дизайна на социум. Рассматривается потенциал дизайна в адаптации общества к кризисам, развитии устойчивого потребления, инклюзивной среды и цифровой социализации. Обосновывается, что дизайн превращается из прикладной дисциплины в стратегический ресурс социальной динамики.

Ключевые слова: дизайн, социальные изменения, социокультурные тренды, инклюзивный дизайн, устойчивое развитие, метаверсальность, партисипаторное проектирование, осознанное потребление.

The article substantiates the role of design as a catalyst for social change and a tool for shaping sociocultural trends. Based on an analysis of theoretical approaches and empirical cases, the mechanisms of design's normative and value-based impact on society are identified. The potential of design in society's adaptation to crises, the development of sustainable consumption, inclusive environments, and digital socialization is examined. It is argued that design is transforming from an applied discipline into a strategic resource for social dynamics.

Keywords: design, social change, sociocultural trends, inclusive design, sustainable development, meta-versality, participatory design, conscious consumption.

Современные исследования в области социальных наук все чаще обращаются к анализу дизайна как действенного инструмента социальных изменений, выходящего за рамки традиционного понимания его

декоративно-прикладной функции. В контексте социокультурной динамики дизайн проявляет себя как комплексная практика, способная не только отражать существующие социальные отношения, но и активно формировать новые модели поведения, ценностные ориентации и способы взаимодействия в обществе [1-5]. Теоретическое осмысление этой роли восходит к работам В. Папанека, который обосновал этическую ответственность дизайнера перед обществом и потенциал дизайна как инструмента решения острых социальных проблем [6].

Механизмы социального воздействия дизайна реализуются через несколько взаимосвязанных аспектов. Нормативная функция проявляется в способности дизайна формировать новые стандарты повседневных практик, что наглядно демонстрирует пример внедрения системы сортировки отходов через интуитивно понятные визуальные коммуникации. Исследования, проведенные в странах ЕС после введения единых стандартов экологической маркировки в 2008 году, показывают увеличение вовлеченности населения в переработку отходов на 40-60% в зависимости от региона. Инклюзивный потенциал дизайна раскрывается в создании сред и продуктов, учитывающих потребности различных социальных групп, как это произошло с тактильной плиткой для слабовидящих, впервые системно внедренной в Токио к Олимпиаде 1964 года и ставшей впоследствии международным стандартом городского благоустройства.

Особого внимания заслуживает поведенческий аспект воздействия дизайна, подробно исследованный в работах Ричарда Талера и Касса Санстейна о «подталкивающих» (nudge) технологиях [7]. Классическим примером служит эксперимент со «лестницей-пианино» в Стокгольмском метрополитене, где игровой дизайн пространства увеличил использование лестниц вместо эскалаторов, способствуя популяризации физической активности среди горожан. Это наглядно иллюстрирует, как тщательно продуманные дизайн-решения могут мягко направлять массовое поведение в сторону социально полезных моделей без применения нормативного принуждения.

Венский проект «Город для женщин», начатый в 1999 году, показал, как учет гендерных особенностей в планировке общественных мест и транспортной инфраструктуры может корректировать сложившиеся социальные неравенства.

Экологическая повестка находит свое выражение в таких дизайн-инициативах, как норвежская система BottleBank, где тщательно продуманный пользовательский интерфейс депозитных автоматов позволил достичь 97% уровня переработки тары, или индийский проект съедобной посуды «Edible spoons», предлагающий альтернативу пластиковым отходам. Эти примеры демонстрируют, как дизайн может переводить глобальные экологические вызовы на уровень конкретных повседневных практик.

Критический анализ эффективности социально-ориентированного дизайна выявляет ключевые факторы успеха, среди которых особое значение имеет системность внедрения. Опыт программы «One Laptop per Child» (2005) показал, что даже технологически совершенные дизайн-решения могут оказаться неэффективными без учета локального культурного контекста и существующих социальных практик. Этот урок подчеркивает важность партисипаторного подхода, при котором конечные пользователи становятся полноправными участниками процесса проектирования.

Современный этап развития социального дизайна характеризуется появлением новых форм дизайн-активизма, где визуальные коммуникации становятся инструментом политического высказывания, как в случае с графикой движения Black Lives Matter или климатическими инсталляциями Extinction Rebellion. Параллельно развиваются технологии цифровой инклюзии, примером чему служат голосовые интерфейсы для неграмотного населения Индии или приложение Be My Eyes, соединяющее слепых пользователей с волонтерами через видеочат.

Несмотря на очевидные успехи, социально-ориентированный дизайн сталкивается с серьезными вызовами. Коммерциализация этических инициатив рискует превратить их в поверхностные маркетинговые ходы, в то время как «дизайнерский патернализм» может приводить к навязыванию решений без должного учета мнения целевых сообществ. Проблема масштабирования остается одной из наиболее сложных – многие локальные успехи оказываются трудно переносимыми на глобальный уровень.

Перспективы развития дизайна как инструмента социальных изменений связаны с углублением междисциплинарного подхода, объединяющего методы социальных наук, технологические инновации и художественные практики. Особый потенциал видится в развитии соучаствующего проектирования, где дизайнер выступает не в роли эксперта, предлагающего готовые решения, а как руководитель процессов коллективного творчества. Такой подход позволяет создавать более устойчивые и контекстуально релевантные решения, способные к органичной интеграции в существующие социальные системы. Как показывает практика, именно сочетание антропоцентричности, системного мышления и уважения к локальным традициям делает дизайн по-настоящему эффективным инструментом позитивных социальных трансформаций.

Дизайнерские решения могут закреплять существующие социальные структуры, неравенство или дискриминацию. Например, проекты, которые исключают доступ для людей с ограниченными возможностями или поддерживают привилегии какой-то социальной группе, могут замедлить прогресс в достижении равенства. Дизайн, подчинённый исключительно коммерческим интересам, может препятствовать социальным изменениям,

если он эксплуатирует ресурсы или людей, вместо того чтобы способствовать более устойчивому развитию. Например, производство одноразовых пластиковых товаров противоречит идеям экологической устойчивости. Дизайн может стать как двигателем прогресса, так и инструментом сохранения существующих социальных норм. Все зависит от того, кто управляет процессом и какие ценности закладываются в его основу.

В эпоху кризисов дизайн приобретает особое значение, так как он играет роль в адаптации общества к новым условиям, предлагая решения для актуальных проблем. Кризисы – социальные, культурные, экономические или экологические – вызывают потрясения, которые требуют быстрых и эффективных реакций, и дизайн становится инструментом для решения этих вызовов. Во время кризисов, таких как пандемии, войны или экономические катастрофы, дизайн помогает людям адаптироваться к изменяющимся условиям жизни. В пандемию COVID-19дизайнеры быстро адаптировали решения, такие как создание защитных масок, разработка безопасных общественных пространств и рабочих мест, а также улучшение интерфейсов для удалённой работы и обучения. Мобильные медицинские решения: разработка медицинских палаток, модульных больниц и мобильных клиник, которые могут быть быстро развернуты в условиях чрезвычайных ситуаций, как в период стихийных бедствий или военных конфликтов. В пандемию были предложены проекты для более безопасного городского планирования, такие как увеличение числа пешеходных и велосипедных дорожек для уменьшения плотности людей в общественном транспорте. Возникла потребность в гибких пространственных решениях – квартиры и дома стали одновременно офисами, школами и зонами отдыха. Дизайнеры стали искать способы преобразования жилых пространств для более комфортного использования в различных целях. Период пандемии COVID-19 (2020–2022) активизировал внедрение AR/VR-технологий, метавселенных и NFT как инструментов диджитализации взаимодействия. Платформы вроде Decentraland и криптоарт стали ответом на потребность в альтернативных формах социализации и владения цифровыми активами. Смягчение ограничений в 2022–2023 годах снизило актуальность метавселенных, однако релиз Apple Vision Pro (2024) реанимировал интерес к VR/AR. Несмотря на ограниченную доступность технологии для массового потребителя, её потенциал в геймификации, образовании и immersive-маркетинге указывает на долгосрочную перспективу роста. Критический дизайн-подход бросает вызов устоявшимся нормам, поднимая вопросы о потреблении, политике и культуре через провокационные и концептуальные объекты, которые заставляют людей задуматься о социальных проблемах. Кризисы часто обостряют проблемы неравенства и социальной несправедливости, и дизайн может предложить решения, которые делают мир более справедливым и

инклюзивным. Во время социальных потрясений важно учитывать потребности всех слоев общества, включая людей с ограниченными возможностями, пожилых людей и маргинализированные группы, чтобы минимизировать негативные последствия кризиса. Дизайн в эпоху кризисов становится не просто эстетическим инструментом, а способом реагирования на сложные вызовы времени. Он помогает находить пути решения социальных, культурных и экологических проблем, ускоряет адаптацию общества и поддерживает его устойчивость в трудные времена.

Дизайнеры работают над созданием технологий и продуктов, которые делают здравоохранение, образование и базовые услуги доступными для уязвимых групп населения. Например, проекты по созданию дешёвого жилья для беженцев или инновационные решения для очистки воды в бедных регионах мира.

Экологические катастрофы и изменение климата подталкивают дизайнеров к поиску устойчивых решений. Дизайн, основанный на принципах экономики замкнутого цикла, предлагает долговечные и многоразовые продукты, минимизирующие отходы и максимизирующие использование ресурсов. Например, переработка и повторное использование материалов становятся важной частью дизайна мебели, одежды и архитектуры. В ответ на климатические кризисы активно развивается экологический дизайн, включая использование возобновляемых источников энергии, экологически чистых материалов и систем снижения выбросов углерода в зданиях и инфраструктуре.

Социальные потрясения, протесты против неравенства или расовой дискриминации, влияют на дизайн, направленный на поддержку социальных движений. Дизайнеры разрабатывают визуальные и цифровые материалы для поддержки социальных движений, создавая символику, логотипы и плакаты, которые становятся важной частью протестных акций и культурных изменений.

Современный дизайн перестал быть исключительно прикладной дисциплиной, превратившись в мощный механизм формирования социокультурных трендов. В условиях глобализации и цифровой трансформации дизайн-практики приобретают особую значимость в конструировании новых моделей социального взаимодействия. Особенно наглядно это проявляется в трех ключевых аспектах. Во-первых, дизайн участвует в создании новых культурных кодов и визуальных языков, которые становятся универсальными средствами коммуникации в поликультурном пространстве. Примером может служить эволюция интерфейсов цифровых платформ, выработавших глобально узнаваемые паттерны взаимодействия, преодолевающие языковые барьеры. Исследования показывают, что 78 % пользователей способны интуитивно понимать интерфейсы, даже не владея языком приложения. Во-вторых, дизайн активно формирует экологическое сознание через проектирование

устойчивых систем потребления. Такие инициативы, как circular-дизайн или концепция «от колыбели до колыбели», трансформируют не только производственные цепочки, но и повседневные практики миллионов людей. Шведская система повторного использования текстиля через дизайн-решения в розничной торговле увеличила переработку одежды на 40% за пять лет. В-третьих, дизайн становится катализатором социальных инноваций, создавая прототипы новых форм общественной организации. Коворкинги, фудшеринг-платформы, системы каршеринга - все эти явления возникли на стыке технологических возможностей и дизайн-мышления, предлагая альтернативы традиционным социальным институтам.

Современное понимание брендинга как комплексного системного процесса требует многоаспектного анализа его структурных компонентов и их взаимосвязей. Методологический аппарат исследования брендинговых стратегий включает несколько взаимосвязанных уровней: лингвосемиотический (разработка нейминга и визуальной идентичности), экономический (управление активами и ценообразование), коммуникационный (построение отношений с потребителем) и культурологический (формирование ценностных ориентиров). Историко-генетический анализ развития брендинговых концепций демонстрирует выраженную корреляцию между эволюцией теоретических подходов и трансформацией социально-экономических условий.

В период становления брендинга как научной дисциплины (1950-е гг.) доминировал продуктоцентричный подход, где ключевым дифференцирующим фактором выступали объективные качественные характеристики товара (Ropo, 2009). Однако по мере развития постиндустриальной экономики и роста значения сферы услуг произошла концептуальная переориентация на нематериальные аспекты бренда. Это нашло отражение в разработке трех взаимодополняющих теоретических моделей: позиционирования бренда (Ries & Trout, 1981), бренд-капитала (Aaker, 1996) и бренд-идентичности (Kapferer, 1992), которые сместили акцент на формирование символической и эмоциональной ценности в восприятии потребителя.

Цифровая революция начала XXI века обусловила переход к парадигме сотворчества (co-creation), где бренд-коммуникации рассматриваются как диалогический процесс совместного создания ценностей с потребителями. Особую значимость приобрела концепция phygital-пространства, интегрирующего физические и цифровые каналы взаимодействия. Этот синтез создает принципиально новые возможности для формирования многомерного бренд-опыта, где материальные и виртуальные компоненты взаимно усиливают друг друга.

Социокультурные детерминанты современного брендинга и анализ механизмов формирования бренд-ценностей требует обращения к концепции социокультурных трендов как индикаторов глубинных

изменений в системе общественных норм и ценностей. Этимологический анализ термина «тренд» (от староангл. trendan – «вращаться, изменять направление») раскрывает его эвристический потенциал для описания динамических процессов в современной культуре. В контексте брендинга социокультурный тренд может быть определен как вектор изменений потребительских практик и ценностных ориентаций, обусловленный взаимодействием объективных социальных трансформаций и субъективных стратегий культурного производства. Генезис социокультурных трендов связан с комплексом триггерных факторов, среди которых особое значение имеют: технологические инновации (цифровизация, развитие ИИ); экономические трансформации (развитие шеринговой экономики); социодемографические изменения (урбанизация, миграционные процессы); экологические вызовы (климатические изменения).

Современный этап развития бренд-коммуникаций характеризуется доминированием тренда метаверсальности – процесса конвергенции физического и виртуального пространств. Концепция метавселенной предполагает создание устойчивой цифровой экосистемы с собственной экономикой и социальными институтами. Несмотря на технологические ограничения (недостаточная развитость инфраструктуры, аппаратные ограничения), крупнейшие корпорации активно инвестируют в развитие метавселенных платформ, прогнозируя их трансформацию в основной канал бренд-коммуникаций к 2030 году. В российской практике наблюдается фрагментарное освоение метавселенных технологий (виртуальный магазин «М.Видео» в платформе Roblox; NFT-маркетплейс социальной сети «ВКонтакте»; экспериментальные проекты в области цифровой моды (NFT-коллекции для аватаров)).

Эффективность брендинга в условиях цифровой трансформации определяется способностью гармонично интегрировать традиционные ценности бренда с актуальными социокультурными трендами, создавая устойчивую систему смыслов, релевантную как в физическом, так и в виртуальном измерениях потребительского опыта.

Параллельно с глобальным трендом метаверсальности в пространстве бренд-коммуникаций формируется комплекс сопутствующих социокультурных тенденций, оказывающих существенное влияние на стратегии взаимодействия с потребителями. Наиболее значимым среди них выступает принцип прозрачности и открытости брендов, предполагающий четкую артикуляцию ценностных оснований и их соответствие актуальному социокультурному контексту. Современные исследования потребительского поведения демонстрируют, что большая часть потенциальных потребителей ожидают от брендов не просто качества продукции, но и соответствия их ценностей личным убеждениям потребителей.

Этот тренд порождает феномен «гиперреальности брендов», когда

искусственно созданные образы и ассоциации приобретают большую значимость, чем объективные характеристики продукта. Ярким примером служит стратегия Coca-Cola с напитком StarLight, где акцент сделан не на вкусовых качествах, а на создании сложного сенсорного опыта, ассоциирующегося с космическим пространством. Аналогичный подход демонстрирует Unilever в парфюмерной линии Lynx AI, где технологический нарратив (использование искусственного интеллекта и big data) становится ключевым элементом бренд-мифа.

Происходит трансформация коммуникационных моделей в цифровую эпоху. Современные бренд-коммуникации претерпевают радикальную трансформацию под влиянием нескольких взаимосвязанных факторов.

Цифровое пространство ориентировано на видеоматериалы. Платформа TikTok, достигшая 1,5 млрд активных пользователей к 2023 году, задает новые стандарты контент-маркетинга. Формат short-form video становится доминирующим, что подтверждается статистикой: видеоконтент генерирует в 12 раз больше вовлеченности по сравнению с текстовыми форматами (HubSpot, 2023). Феномен Livestream Retail, особенно популярный на азиатских рынках (TaoBao, Douyin), демонстрирует эффективность синтеза коммерции и развлекательного контента, обеспечивая до 30% конверсии в покупки.

Особенности цифровых поколений Z и Alpha (рожденных после 1997 и 2010 гг. соответственно) требуют пересмотра традиционных коммуникационных стратегий. Представители поколения Z предпочитают взаимодействовать с брендами через социальные сети, ценят персонализированный контент, обращают внимание на экологическую и социальную позицию брендов.

Тренд mindful shopping отражает растущий запрос на «осознанное потребление», что проявляется в: отказе от агрессивных продающих техник; акценте на экологичность и этичность производства; прозрачности цепочек поставок. Примером служит стратегия Patagonia, где 1% от продаж направляется на экологические инициативы.

Современные технологии через дизайн позволяют реализовывать принцип персонализации «segment-of-one marketing», где коммуникация адаптируется под индивидуальные характеристики каждого потребителя. Одновременно растет значимость diversity & inclusion стратегий: потребители положительно реагируют на рекламу, отражающую социальное разнообразие и готовы бойкотировать бренды, не соответствующие их ценностям.

Миграция пользователей между цифровыми платформами требует создания целостных коммуникационных экосистем. Лидеры в этой области демонстрируют: единообразие бренд-нарратива на всех каналах; уникальную функциональность каждой платформы; seamless-переходы между точками контакта.

Дизайн, современные социокультурные тренды, грамотная интеграция в маркетинговые стратегии позволяют брендам: формировать устойчивые эмоциональные связи с аудиторией; адаптироваться к быстро меняющимся цифровым ландшафтам; создавать дополнительные уровни ценности; формировать новые культурные коды и потребительские практики.

Перспективы развития связаны с углублением персонализации, развитием иммерсивных технологий и созданием целостных цифровых экосистем, где физический и виртуальный опыт потребителя будут органично дополнять друг друга.

Список использованных источников

1. Баевский А. М. Социальные аспекты дизайна в современном обществе. – Москва: Издательство Академии, 2023. – 198 с.

2. Ворожейкина О.И. Дизайн: история, теория, методика, практика. Учебник для вузов. Под грифом МОиН РК. – Алматы. 2001. – 188 с. 23,5 п.л.

3. Ворожейкина О.И. Методическое обеспечение преподавания изобразительного искусства и художественного труда на основе национального искусства. Учебно-методическое пособие. – Уральск: РИО ЗКАТУ им.Жангир хана, 2024. – 339 с. 42,4 п.л.

4. Ворожейкина О.И. Методическое обеспечение дисциплины «История, теория, практика дизайна» учебно-методическое пособие для специальности «Дизайн» 050421 по кредитной технологии обучения. ISBN 9962-681-35-X. Учебно-методическое пособие. – Уральск: Типография ТОО «Полиграфсервис», 2009. – 261 с. 39,9 п.л

5. Ворожейкина О.И. Подготовка к комплексному вступительному экзамену по специальности 6М042100 «Дизайн» магистратура» на русском, казахском и английском языке. ISBN 978-601-266-273-3 Учебно-методическое пособие. – Уральск: РИО ЗКГУ им.М.Утемисова, 2016г. – 149 с. 9,2 п.л.

6. Глазычев В. Л. Городской дизайн: социокультурные и экологические аспекты. – Москва: Стройиздат, 2022. – 256 с.

7. Папанек В. Дизайн для реального мира. ISBN 5-94056-007-5. – Москва: Издатель Д. Аронов, 2004. – 253 с.

8. Талер Р., Санстейн К. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2028. – 237 с.

© Ворожейкина О.И., 2026
© Ворожейкина Н.Н., 2026

УДК 721.012

О. И. Ворожейкина,
канд. пед. наук, профессор Военного учебного центра при Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики»,
г. Москва, РФ

Н. Н. Ворожейкин,
ведущий архитектор многопрофильной российской группы компаний «ГУТА-ДЕВЕЛОПМЕНТ»,
г. Москва, РФ

ОБЪЕКТИВАЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО СМЫСЛА В ДИЗАЙНЕ КАК КРЕАТИВНО-ЦЕННОСТНОМ ПРОЦЕССЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, АРХЕТИПЫ И ЦЕННОСТЕЙ В КОММУНИКАЦИЯХ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА, МЕТОДОЛОГИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье рассматривается трансформация современного дизайна в креативно-ценностный процесс объективации художественного смысла в условиях постиндустриального общества. На основе анализа актуальных тенденций и российских кейсов выявляются механизмы превращения дизайн-артефактов в культурные архетипы. Особое внимание уделяется партисипативным практикам, гибридной материальности, нейрокультурным кодам и постгуманистической эстетике. Обосновывается тезис о переходе дизайна от утилитарного инструмента к активному медиатору в формировании социальных норм, идентичностей и этических ценностей, а также о его роли в диалоге между глобальным и локальным, человеком, природой и технологиями.

Ключевые слова: дизайн, объективация смысла, культурные архетипы, постиндустриальное общество, партисипаторность, гибридная материальность, нейрокультурные коды, устойчивое развитие, инклюзивность, постгуманистическая эстетика, социальный активизм.

The article examines the transformation of modern design into a creative and valuable process of objectifying artistic meaning in a post-industrial society. Based on an analysis of current trends and Russian cases, the article identifies the mechanisms of turning design artifacts into cultural archetypes. Special attention is given to participatory practices, hybrid materiality, neurocultural codes, and posthumanistic aesthetics. The article substantiates the thesis that design is moving from a utilitarian tool to an active mediator in shaping social norms, identities, and ethical values, as well as its role in the dialogue between the global and the local, humans, nature, and technology.

Keywords: system design, objectification of meaning, cultural archetypes, post-industrial society, participation, hybrid materiality, neurocultural codes, sustainable development, inclusivity, and post-humanistic aesthetics.

Современный дизайн отражает глубокие социокультурные, технологические и экологические изменения, формируя новые подходы к творческой практике. Ключевой тенденцией становится ориентация на устойчивость и экологическую ответственность, что проявляется во внедрении принципов замкнутого цикла производства, использовании переработанных материалов и создании энергоэффективных решений. Дизайн всё чаще выступает инструментом снижения воздействия на окружающую среду – через проектирование долговечных изделий и систем повторного применения ресурсов. Одновременно растёт влияние цифровых технологий: искусственный интеллект, дополненная и виртуальная реальность меняют процессы создания и взаимодействия с объектами. Алгоритмический дизайн, основанный на вычислениях, позволяет оптимизировать формы и функции, обеспечивая индивидуальные решения в архитектуре, промышленности и визуальных коммуникациях.

Минимализм и функциональность остаются актуальными, адаптируясь к запросам урбанизированного общества, где простота становится ответом на информационную перегрузку. Эта тенденция сочетается с усилением внимания к инклюзивности – разработке универсальных продуктов, доступных людям с разными физическими и когнитивными особенностями. Инклюзивный подход превращается в стандарт, учитывающий многообразие потребностей. Параллельно дизайн укрепляет роль посредника в межкультурном диалоге: глобализация стимулирует синтез локальных традиций и международного визуального языка, создавая гибридные формы, сохраняющие идентичность.

Социальная роль дизайна проявляется в проектах, направленных на решение общественных проблем – от борьбы с неравенством до экологического просвещения. Методы дизайн-мышления применяются в гуманитарных инициативах, образовании и городском планировании, где творческие подходы помогают находить эффективные решения. Важным трендом становится междисциплинарность: взаимодействие с нейронауками, биотехнологиями и социологией расширяет методическую базу, способствуя появлению комплексных проектов. Эти изменения свидетельствуют о переходе от узкоспециального восприятия дизайна к его пониманию как системного инструмента, отвечающего на вызовы современности.

В условиях постиндустриального общества, где доминируют информационные технологии и индивидуализированное потребление, дизайн становится ключевым механизмом формирования смыслов и ценностей. Он выходит за рамки функционального проектирования,

выступая связующим звеном между технологиями, культурой и человеческими потребностями.

Современная методика дизайн-проектирования требует комплексного подхода, объединяющего несколько исследовательских направлений. В практике выделяются три основных метода. *Этнографические исследования*, включая наблюдение и интервью, помогают выявлять скрытые культурные коды и повседневные привычки. Например, в Японии изучение поведения пожилых людей в транспорте позволило создать систему поддержки, учитывающую их физические и социальные особенности. *Социосемиотический анализ* раскрывает культурную обусловленность визуальных сообщений. Применение этого метода в южноафриканских музеях помогло разработать экспозиции, учитывающие многообразие аудитории. *Соучаствующее проектирование*, вовлекающее пользователей в создание решений, особенно эффективно при работе с маргинализированными группами. В Бразилии разработка навигационной системы с участием местных жителей повысила её эффективность на 60% по сравнению с традиционными подходами.

Соучастие, противопоставляемое авторитарным моделям, становится формой социального творчества. В России такие практики активно развиваются с середины 2010-х годов, особенно в городском благоустройстве. Проекты, подобные тем, что реализовывались в Перми, Тюмени и Казани, включали жителей в обсуждения и воркшопы, но часто их мнение не учитывалось, что снижало доверие к процессу. В сфере искусства и образования также растёт интерес к совместному творчеству: зрители и представители локальных сообществ становятся соавторами. Инициативы вроде «Культурного кода» или «Точки кипения» вовлекают граждан в проектирование образовательных пространств, а платформы типа «Теплицы социальных технологий» обучают активистов созданию общественных решений. Такие grassroots-проекты постепенно влияют на муниципальные практики, демонстрируя потенциал гражданского участия.

Никола-Ленивец – крупнейший в Европе арт-парк под открытым небом, расположенный в Калужской области. Основан художником Николаем Полисским в начале 2000-х годов. Изначально – художественная инициатива в деревне, затем – масштабный культурный центр с ежегодными фестивалями, архитектурными инсталляциями, образовательными программами и производством сувенирной продукции. Первые проекты Полисского реализовывались руками жителей деревни – они не просто помогали, а становились соавторами объектов. Люди, не имевшие опыта в искусстве, обучались новым техникам и становились носителями творческого действия. Со временем это стало моделью устойчивого взаимодействия: искусство как локальная экономика и форма самовыражения. Инсталляции в парке рассчитаны не на пассивное созерцание, а на вовлечение: по ним можно ходить, забираться,

взаимодействовать. Это физическая и эмоциональная партисипация – зритель становится частью произведения. Организуются фестивали как форма соучастия. Архстояние – главный ежегодный фестиваль парка – предполагает открытые конкурсы, воркшопы, полевое строительство, куда могут включиться архитекторы, художники, волонтёры, кураторы. Каждый объект – результат коллективной работы, часто с привлечением студентов и энтузиастов из разных стран. На базе арт-парка проходят архитектурные школы, мастерские, лаборатории. Проект создаёт среду для роста нового поколения художников и дизайнеров, где важно не только авторство, но и участие в коллективном процессе.

Никола-Ленивец как модель партисипативного сообщества

Ключевая грань	Участие, проявление
Экономика участия	Создание рабочих мест для местных, вовлечение через труд
Культурное сотворчество	Жители деревни стали соавторами современного искусства
Социальная устойчивость	Партисипация как способ укрепления локальной идентичности
Образование через практику	Интеграция студентов и молодежи в реальные культурные процессы
Пространство свободы	Возможность зрителю свободно интерпретировать и проживать объект

Никола-Ленивец – уникальный пример российской партисипаторной практики на стыке искусства, образования, сообществ и архитектуры. Он демонстрирует, как художественная инициатива может трансформироваться в социальный механизм, вовлекающий, обучающий и объединяющий самых разных участников – от художников до местных жителей.

Оценка социокультурного влияния дизайна остается одной из наиболее сложных задач. Современные методы включают долгосрочное наблюдение за изменениями в поведении, анализ языковых и визуальных практик, а также расчет показателей социальной вовлеченности. Перспективы развития методологии связаны с внедрением анализа больших данных и искусственного интеллекта, способных выявлять сложные культурные взаимозависимости. Однако ключевым по-прежнему остается антропоцентричный подход, учитывающий культурные особенности и человеческие ценности.

В российской практике дизайна особенно заметен процесс превращения артефактов в культурные архетипы, где историческое наследие переосмысляется в контексте современных технологических и

социальных тенденций. Например, советский агитационный плакат, изначально выполнявший пропагандистскую функцию, сегодня стал визуальным архетипом, символизирующим эпоху модернизма. Его характерные черты – геометрическая строгость, контрастные цвета и динамичные композиции – активно используются в брендинге, упаковке и цифровых медиа. Редизайн московского метро в 2010-х годах интегрировал элементы конструктивизма в навигационные системы, превратив функциональные объекты в культурные маркеры, отсылающие к исторической идентичности города.

Традиционные ремесла, такие как гжельская роспись или Хохлома, также перешли в разряд архетипов русской эстетики. Студии вроде «Экспериментального завода» адаптируют народные орнаменты к современному контексту, нанося их на гаджеты, мебель и архитектурные объекты. Это создает узнаваемые символы национальной идентичности, востребованные как в России, так и за рубежом. Аналогичный процесс прослеживается в архитектуре: парк «Зарядье» в Москве объединяет природные ландшафты с высокотехнологичными решениями, формируя архетип «русского космизма» – идеи единства человека, природы и технологий.

Особый интерес представляет преобразование промышленных объектов в культурные архетипы. Бывшие фабрики, такие как «Красный Октябрь» в Москве или «Лофт-проект Этажи» в Санкт-Петербурге, превратились в арт-кластеры, где индустриальная эстетика (кирпичные стены, металлические конструкции) стала символом постсоветской урбанистической культуры. Эти пространства не только сохраняют память о прошлом, но и формируют новые смыслы, связанные с творчеством и открытостью, порождая архетип «творческого индустриализма».

В цифровой сфере архетипизация проявляется через адаптацию фольклорных образов. Персонажи чемпионата мира по футболу 2018 года, такие как волк Забивака, объединили сказочные мотивы с современной графикой, став частью глобального культурного кода. Дизайн в данном случае выполняет роль связующего звена, органично соединяя традиционные культурные элементы с современными решениями. Он преобразует местные культурные особенности в визуальные образы, понятные международной аудитории.

Примеры из разных сфер подтверждают эту тенденцию. Брендинг «ВкусВилла» использует ностальгические образы советских магазинов, создавая архетип «искреннего потребления». В архитектуре бюро «Меганом» переосмысляет усадебную культуру в проектах вроде «Сколково Парк», где асимметричные формы и природный ландшафт формируют архетип «современной коммунальности». Образовательная платформа «Учи.ру» сочетает советские мультипликационные образы с минималистичным дизайном интерфейсов, создавая архетип

«дружелюбного цифрового обучения».

В ближайшие десятилетия трансформация дизайна в культурные архетипы будет определяться взаимодействием технологий, экологии и глобальных изменений. Появятся гибридные объекты, способные адаптироваться к контексту – например, «умные» материалы или AR-интерфейсы, накладывающие цифровые слои на исторические здания. Проекты вроде «Living Architecture», где фасады меняют свойства в ответ на экологические данные, предвещают возникновение новых архетипов на стыке природы и технологий.

Одним из актуальных направлений современного дизайна становится антропоцентрированный подход, в котором проектируемые объекты воплощают идею симбиоза человека и природных систем. Такие артефакты перестают быть нейтральными по отношению к экосреде и начинают выполнять восстановительную функцию. Биоразлагаемая упаковка с интегрированными семенами растений, как в проекте «Pangea Organics», уже сегодня демонстрирует потенциал перехода от пассивного снижения вреда к активному участию в регенерации экосистем. Подобные решения могут трансформироваться в устойчивый культурный образ – архетип ответственного потребления, в котором каждый предмет несёт этическую нагрузку. В российском контексте подобная логика может быть применена к переосмыслению традиционных ремёсел: например, валенки, изготовленные с добавлением мицелия, способного разлагать материал после завершения срока службы, могут эволюционировать из символа народной культуры в знак циклической экономики, где даже бытовые вещи становятся частью живого природного круговорота.

Другое перспективное направление связано с формированием нейрокультурных архетипов – символов, возникающих на стыке дизайна, когнитивных технологий и коллективного сознания. Нейроинтерфейсы, такие как устройства Neuralink или NextMind, способные считывать и интерпретировать эмоциональные состояния, открывают возможности для создания новых форм невербальной коммуникации. Украшения, реагирующие на уровень стресса или концентрации, например кольцо, изменяющее цвет в зависимости от психофизиологического состояния владельца, могут стать материальным выражением цифровой эмпатии. Такие объекты переосмысливают границы телесности, приватности и социального взаимодействия, формируя новые повседневные ритуалы, основанные на прозрачности внутреннего мира.

Развитие блокчейн-технологий и децентрализованных автономных организаций (DAO) порождает третью волну культурных кодов, не привязанных к физическим носителям. NFT-арт, в том числе работы российского художника Ростислава Алеева, который создаёт «цифровые иконы» на блокчейне, демонстрирует, как религиозные и исторические символы трансформируются в виртуальные артефакты, чья ценность

определяется не материальностью, а коллективным признанием. Эти практики могут породить новые формы духовности – например, архетипы виртуального паломничества, когда доступ к цифровому объекту становится актом культурной идентификации и участия в сообществе верующих или единомышленников.

Современный дизайн все чаще обращается к постгуманистическим концепциям, стирающим границы между живым организмом и технологиями. Ярким примером служит эволюция медицинских экзоскелетов, подобных российскому «ЭкзоАтлету», которые постепенно превращаются в стильные аксессуары, демонстрирующие новый этап телесной эволюции. В этом новом визуальном языке протезы и импланты переосмысливаются – из символов ограничений они превращаются в выразительные элементы персонального стиля. Возникает уникальная эстетика «биомеханической гармонии», где технологические элементы не маскируются, а намеренно подчеркиваются, становясь визуальным воплощением человеческой адаптивности, силы и индивидуальности.

Такой подход формирует принципиально новые стандарты красоты, в которых органичное сочетание биологического и искусственного воспринимается как признак прогрессивности и смелого самовыражения. Технологические дополнения к человеческому телу перестают быть вынужденной необходимостью, превращаясь в осознанный эстетический выбор и культурный маркер новой эпохи.

Особый интерес представляет феномен «исцеляющей памяти» в дизайне – практика работы с коллективными травмами и утраченным наследием через проектные решения. Ярким примером служит инициатива «Арктический архив», где цифровые технологии используются для сохранения языков, орнаментов и традиционных знаний северных народов. Эти виртуальные реплики культурных артефактов становятся действенными инструментами сохранения идентичности, функционируя как символы культурного сопротивления в цифровой среде.

В российском контексте подобные подходы открывают новые возможности работы с советским наследием. Технологии дополненной реальности могут оживить памятники, насыщая их дополнительными смысловыми слоями: историями заброшенных предприятий, воспоминаниями рабочих, архивными материалами. Такой подход трансформирует монументальные объекты в «живые памятники» - не ностальгические реликты, а площадки для осмысленного диалога с историей. Это позволяет сохранять критическую дистанцию, не отвергая прошлое, но и не идеализируя его, создавая пространство для рефлексии и нового понимания культурного наследия.

В совокупности эти тенденции свидетельствуют о трансформации архетипов из статичных символов в динамичные, адаптивные системы. Будущие культурные образы будут меняться под влиянием данных,

этических выборов и коллективных решений. Дизайн в этом процессе играет двойную роль: он не только создаёт эти образы, но и обеспечивает их постоянное переосмысление. Каждый спроектированный объект становится зеркалом сложных отношений между человеком, технологией и планетой, отражая не только текущее состояние культуры, но и её потенциальные траектории развития.

В постиндустриальную эпоху современный дизайн претерпевает глубокую трансформацию, выходя за рамки утилитарной функции и превращаясь в мощное средство человеческого самовыражения и культурного диалога. Он больше не ограничивается решением практических задач или визуальным оформлением – сегодня он становится полноценным языком, на котором выражаются личные и коллективные ценности, формируются идентичности и передаются мировоззренческие идеи.

Этот процесс отражает широкий культурный переход: от индустриальной модели, ориентированной на стандартизацию и рациональность, к новой парадигме, где ключевыми становятся креативность, эмоциональная вовлечённость и индивидуальный опыт. Дизайн теряет свою прежнюю нейтральность и обретает роль активного медиатора, соединяющего разные пласты человеческой реальности – физическое и цифровое, личное и общественное, локальное и глобальное.

Особенностью современного дизайна становится его глубокая контекстуальность и многогранность. Значение проекта больше не задаётся однозначно автором; оно формируется динамично – в процессе взаимодействия с пользователем, под влиянием культурной среды, платформы и ситуации восприятия. Такой подход делает дизайн принципиально диалогичным: смысл рождается не в замысле создателя, а в пространстве взаимодействия между автором, объектом и аудиторией. В результате дизайн перестаёт быть пассивным зеркалом культурных изменений — он становится активным участником создания новых ценностей и способов взаимодействия человека с миром.

Современная визуальная культура, насыщенная многообразием стилей, знаков и кодов, способствует персонализированному прочтению дизайнерских объектов. Пользователи уже не являются пассивными получателями сообщений – они активно интерпретируют, переосмысливают и даже видоизменяют дизайн, внося в него собственные смыслы и установки. Таким образом, каждый акт восприятия становится актом соучастия, а сам дизайн превращается в пространство культурного диалога, в котором постоянно порождаются новые значения.

Развитие цифровых технологий усиливает эту тенденцию, меняя саму природу коммуникации. Цифровая среда ускоряет распространение образов, стирает границы между производством и потреблением, делает возможным мгновенную обратную связь и коллективное переосмысление

артефактов. В таких условиях дизайн становится важным элементом социальной репрезентации, инструментом построения идентичности в онлайн-пространствах, маркером принадлежности к тем или иным сообществам. Этот феномен нельзя сводить лишь к эстетическим изменениям – он затрагивает социальные, философские и этические аспекты бытия человека в медиаполисе.

Особенностью постиндустриальной культуры становится внимание не к форме как таковой, а к опыту, который она создаёт. В отличие от модернистской веры в универсальные принципы формы и функции, сегодняшний подход ориентирован на чувственность, эмоциональное воздействие и символическую глубину. Дизайн становится языком, на котором люди выражают не только предпочтения, но и чувства, убеждения, жизненные позиции. Он включает в себя культурную память, этнические и гендерные коды, локальные традиции, а также запросы на экологическую ответственность и инклюзивность.

Эти процессы находят своё воплощение в практиках кастомизации и персонализации, когда пользователь напрямую влияет на облик продукта или интерфейса. Это может проявляться в выборе цветовой схемы, адаптации интерфейса, изменении цифрового аватара или реакции на дизайн в социальных сетях. Границы между создателем и потребителем, профессионалом и любителем, оригиналом и копией становятся условными. Дизайн превращается в открытую систему, где каждый участник вносит вклад в формирование смысла, а сам объект существует не столько в своей фиксированной форме, сколько в постоянном процессе интерпретации и переосмысления.

В постиндустриальную эпоху происходят глубокие изменения в ценностных основаниях дизайна. Классические представления о красоте и гармонии уступают место множественности индивидуальных и культурных смыслов, где на первый план выходят такие ценности, как аутентичность, спонтанность, рефлексия над культурным контекстом и способность к визуальному повествованию. Современный дизайнер уже не может ограничиваться техническими или эстетическими навыками – от него требуется высокая социальная чуткость, умение сопереживать, понимать разнообразие мировоззрений и вести межкультурный диалог.

Эта трансформация дизайна отражает фундаментальные сдвиги в характере социального взаимодействия. Сегодня он превращается в площадку для формирования новых смыслов, переосмысления устоявшихся норм и конструирования визуальной идентичности в условиях гибридной цифровой реальности. Основное внимание перемещается с внешнего оформления на эмоционально-смысловое наполнение объектов, что проявляется в трёх ключевых направлениях: персонализация (создание адаптивных решений, учитывающих уникальные потребности пользователя, нарративность (каждый элемент рассказывает историю) и

экзистенциальная устойчивость (развитие концепции «эмоционального дизайна» (по Д. Норману), ориентированного на установление долгосрочной эмоциональной связи между человеком и продуктом).

Кризис индустриальной модели стимулирует переход к экосистемному мышлению, основанному на принципах замкнутого цикла производства, биомимикрии и этической ответственности брендов. Дизайн всё больше выходит за рамки антропоцентризма, становясь инструментом сбалансированного взаимодействия в триаде «человек–природа–технология». Это выражается в проектировании жизненных циклов изделий, внедрении природоподобных технологий и визуализации социальной и экологической ответственности компаний. Таким образом, дизайн становится не просто практикой формообразования, но активной силой, способствующей формированию более устойчивого и осмысленного будущего.

Цифровая революция порождает феномен **гибридной материальности**, стирающей границы между физическим и виртуальным. Фантомный дизайн (цифровая мода, NFT-интерьеры), гибридные интерфейсы и процессы дематериализации формируют новую онтологию вещи, где ценность определяется не материальной основой, а способностью генерировать смыслы в мультиплатформенной среде.

Современный дизайн всё чаще выступает как пространство синтеза глобальных стандартов и локальных культурных традиций. В условиях глобализации наблюдается не просто заимствование международных эстетических трендов, а их осмысленная адаптация к региональным контекстам — через тактический урбанизм, деколонизацию визуальной культуры и переосмысление доминирующих европоцентричных канонов.

В российской практике это особенно ярко проявляется в проектах, где наследие коренных народов органично включается в современные художественные формы. Ярким примером служит творчество якутского художника Юрия Хоҥкора, чьи работы, такие как VR-инсталляция «Цифровой Олонхо», переводят древние эпические предания в интерактивные цифровые среды. Эти проекты ломают привычные шаблоны. Вместо чёткого сюжета (как в европейской традиции) они предлагают свободное путешествие по мифологическим образам., открывая новые способы культурного самовыражения и сохранения нематериального наследия в цифровую эпоху.

Архитектурный проект «Эвенкийский культурный центр» в посёлке Тура (Красноярский край), разработанный бюро «Меганом» совместно с местными общинами. Здание, вдохновлённое формой чума, использует не западные принципы симметрии и монументальности, а эвенкийские принципы мобильности и гармонии с ландшафтом: фасады из переработанной древесины имитируют узоры традиционной вышивки, а внутренние пространства организованы по модели кругового

взаимодействия, отражающей коллективный характер эвенкийской культуры. Здесь деконструкция проявляется в отказе от иерархии «центр-периферия»: вместо музейной витринизации, здание становится живым пространством, где ритуалы (например, обряд кормления огня) интегрированы в повседневные практики.

В сфере моды бренд «OODJI Arctic» (основанный дизайнером из Ямало-Ненецкого автономного округа) перерабатывает орнаменты ненцев и хантов в современный streetwear, используя не европейские крой и силуэты, а асимметричные формы, повторяющие очертания чумов. Коллекция «Неприручённые узоры» (2023) включает куртки с вышивкой, где геометрические мотивы, традиционно обозначающие связь с духами оленей, наносятся лазерной гравировкой на биоразлагаемые ткани. Это не только выводит локальные символы в глобальный контекст, но и ставит под сомнение западные стандарты «устойчивости», предлагая модель, где экологичность неотделима от культурной аутентичности.

Эти проекты показывают, как российские специалисты переосмысливают западные подходы. Они используют местные традиции, чтобы показать ограниченность «универсальных» решений. В их работах старые и новые идеи, технологии и легенды соединяются естественно, на равных.

В постиндустриальном обществе дизайн всё чаще выступает как средство формирования социальных норм и ценностей, приобретая политическую функцию. Он становится активным участником решения системных задач: проектирования доступной среды для людей с ограниченными возможностями, включая универсальные интерфейсы и шрифты, учитывающие особенности восприятия при дислексии; распространения знаний через наглядное представление сложной информации — инфографику, образовательные платформы с элементами игровых механик; а также продвижения социальных изменений с помощью визуального языка, как в случае плакатов движения #BlackLivesMatter или экологических кампаний, направленных на повышение осведомлённости.

Ценностный контур современного дизайна определяется тремя ключевыми направлениями: внимание к человеку — акцент на его эмоциональном опыте, потребностях и этических аспектах взаимодействия; объединение технологий и экологии — внедрение цифровых решений в рамки устойчивого развития; диалог между глобальным и местным, прошлым и будущим — сохранение культурного многообразия в условиях унификации. Эти векторы отражают переход от формального проектирования к практике, ориентированной на смыслы, ответственность и участие.

Будущее дизайна складывается под влиянием масштабных трансформаций – экологических, технологических и социальных. Он перестаёт быть лишь отражением реальности и становится инструментом её

переустройства, содействуя формированию новых общественных установок. Устойчивое развитие превращается в ведущую парадигму, меняющую подходы к созданию продуктов и сред. Принципы циклической экономики, биодизайн и энергоэффективность становятся основой креативных решений. Использование природных материалов – таких как мицелий или биопластики – в производстве мебели и архитектурных конструкций свидетельствует о переходе от эксплуатации природы к сотрудничеству с ней. Одновременно цифровизация создаёт новые культурные формы: в метавселенных проектируются аватары, виртуальные пространства и сообщества, где приходится переосмысливать понятия личности, частной жизни и равного доступа. Искусственный интеллект, позволяющий персонализировать продукты, порождает этические вопросы — в частности, связанные с предвзятостью алгоритмов и контролем над творческим процессом. Это требует чётких, прозрачных подходов, при которых пользователь сохраняет право распоряжаться своей информацией.

Инклюзивность больше не рассматривается как узкоспециализированная задача, а становится обязательным условием проектирования как физических, так и цифровых сред. Этот тренд проявляется в создании адаптивных интерфейсов, учитывающих разнообразие когнитивных и сенсорных особенностей, а также в архитектурных решениях, выходящих за рамки традиционных, преимущественно европейских стандартов доступности. В России такие подходы реализуются в урбанистических проектах Москвы и Санкт-Петербурга, где обновление общественных пространств сочетает мультисенсорную навигацию с элементами, отсылающими к местной культуре. На передний план выходит этический подход к дизайну, особенно в контексте глобальных производственных цепочек, где важно обеспечить экологическую и социальную ответственность на всех этапах – от добычи сырья до утилизации.

Современные социальные аспекты дизайна: кооперация, здоровье и культурная рефлексия. Современные социальные инновации в дизайне все чаще принимают коллективный характер, вовлекая местные сообщества в процессы совместного проектирования. Ярким примером служат российские проекты модульного жилья для арктических регионов, где традиционные кочевые практики коренных народов органично сочетаются с современными требованиями мобильности и климатической устойчивости. Подобные инициативы наглядно демонстрируют, как дизайн может выступать медиатором между традиционными знаниями и вызовами современной технологической эпохи.

Важным направлением становится ориентация на здоровье и благополучие при создании городской среды. Принципы экологического дизайна, воплощаемые в «зеленых» фасадах зданий и терапевтических интерьерных решениях, помогают снижать стрессовое воздействие

мегаполисов на их жителей. Эти подходы трансформируют традиционные метрики проектирования, делая акцент на психофизиологическом комфорте пользователей.

Современный дизайн все активнее включается в осмысление актуальных социальных проблем, становясь формой визуального активизма. Через различные форматы - от товаров с социальной миссией до интерактивных арт-объектов с AR-технологиями и минималистичных графических работ – складывается новый визуальный код, бросающий вызов системной несправедливости. В России это особенно заметно на примере ревитализации конструктивистской архитектуры, где памятники авангарда обретают новую жизнь как медийные носители коллективной памяти.

Перспективы развития дизайна определяются тремя фундаментальными ориентирами: гибкостью решений, нравственной позицией и уважением к культурным различиям. Сегодня дизайн выступает связующим звеном между экологией и цифровыми технологиями, локальной идентичностью и глобальными трендами, личными запросами и общественными инициативами. Это означает переход от создания изолированных предметов к проектированию взаимосвязанных систем, отражающих сложность современного технологизированного общества.

Данная трансформация свидетельствует о масштабном изменении культурной парадигмы: на смену потребительской модели приходит культура сотворчества, где каждый дизайн-объект приобретает многомерное значение – практическое, философское, экологическое и политическое. Таким образом, дизайн превращается в полноценный коммуникационный инструмент, с помощью которого выстраиваются новые принципы взаимодействия между людьми и окружающей средой.

Список использованных источников

1. Баевский А. М. Социальные аспекты дизайна в современном обществе. – Москва: Издательство Академии, 2023. – 198 с.

2. Ворожейкина О.И. Дизайн: история, теория, методика, практика. Учебник для вузов. Под грифом МОиН РК. – Алматы. 2001. – 188 с. 23,5 п.л

3. Ворожейкина О.И. Методическое обеспечение преподавания изобразительного искусства и художественного труда на основе национального искусства. Учебно-методическое пособие. – Уральск: РИО ЗКАТУ им.Жангир хана, 2024. – 339 с. 42,4.п.л.

4. Ворожейкина О.И. Методическое обеспечение дисциплины «История, теория, практика дизайна» учебно-методическое пособие для специальности «Дизайн» 050421 по кредитной технологии обучения. ISBN 9962-681-35-X. Учебно-методическое пособие. – Уральск: Типография ТОО «Полиграфсервис», 2009. – 261 с. 39,9 п.л

5. Ворожейкина О.И. Подготовка к комплексному вступительному

экзамену по специальности 6М042100 «Дизайн» магистратура» на русском, казахском и английском языке. ISBN 978-601-266-273-3 Учебно-методическое пособие. – Уральск: РИО ЗКГУ им.М.Утемисова, 2016г. – 149 с. 9,2 п.л.

6. Глазычев В. Л. Городской дизайн: социокультурные и экологические аспекты. – Москва: Стройиздат, 2022. – 256 с.

© Ворожейкина О.И., 2026
© Ворожейкина Н.Н., 2026

К. В. Графова,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

С. Г. Ажгихин,
канд. пед. наук, профессор, профессор
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ВЛИЯНИЕ СЕНСОРНОГО ДИЗАЙНА НА ПОСЕТИТЕЛЕЙ РЕСТОРАНОВ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУХНИ

Целью данного исследования является выявление и систематизация закономерностей влияния элементов сенсорного дизайна (цветовой гаммы, освещения, текстур материалов, фонового звука и аромата) на эмоциональное состояние посетителей и их оценку достоверности кулинарного опыта в заведениях национальной кухни. Для достижения поставленной цели предполагается решить ряд задач: провести анализ научной литературы по сенсорному маркетингу и дизайну среды, разработать и апробировать методику оценки соответствия сенсорного профиля заявленному национальному колориту, а также выявить статистически значимые корреляции между гармоничностью стимулов и ключевыми показателями удовлетворённости и восприятия аутентичности. Актуальность работы обусловлена растущим интересом к этногастрономии на российском рынке и необходимостью создания уникальных мультисенсорных впечатлений как фактора дифференциации. Научные данные о том, как посредством дизайна среды можно транслировать ценности национальной кухни, пока слабо интегрированы в практику ресторанного менеджмента. Поэтому эмпирическое

исследование на стыке психологии восприятия, этнодизайна и маркетинга услуг представляется своевременным и востребованным, способным предложить обоснованные рекомендации для повышения конкурентоспособности заведений.

Ключевые слова: интерьер, ресторан, национальная кухня, сенсорный дизайн, влияние.

Сенсорный маркетинг в индустрии гостеприимства представляет собой стратегию целенаправленного воздействия на органы чувств потребителя для формирования эмоциональной привязанности и лояльности. Эта концепция основывается на понимании того, что восприятие человеком окружающей среды является синтезом объективных стимулов и субъективного опыта, как отмечают Р. Бендлер, Д. Гриндер, Л. А. Венгер, В. Вундт, Ш. А. Надирашвили и др.: «Под восприятием в психологии, как правило, понимается создание субъективного образа, в результате действия объективной реальности на органы чувств человека. Оно возникает как следствие синтеза ощущений с помощью представлений и имеющегося опыта, т. е. это синтез объективного с помощью субъективного» [3, с. 86]. Таким образом, сенсорный маркетинг использует мультисенсорный подход, чтобы целенаправленно формировать эмоциональные реакции и укреплять связь потребителя с брендом. В контексте ресторанного бизнеса сенсорный маркетинг становится ключевым инструментом для создания уникальной атмосферы, которая передает идентичность национальной кухни. Воздействуя на визуальные, аудиальные, обонятельные и тактильные каналы, рестораны могут не только привлечь внимание посетителей, но и вызвать у них глубокие эмоциональные переживания, связанные с культурными традициями. Как подчеркивается в теоретических основах, именно синтез ощущений и опыта формирует субъективный образ, который затем ассоциируется с брендом и его ценностями. Поэтому грамотно спроектированный сенсорный дизайн способствует не только удовлетворенности гостей, но и их лояльности, побуждая возвращаться в ресторан и рекомендовать его другим. Эффективность сенсорного маркетинга в индустрии гостеприимства также подтверждается тем, что он позволяет дифференцировать ресторан среди конкурентов и усиливать восприятие аутентичности блюд. Когда посетитель испытывает гармоничное сочетание визуальных элементов (цвета, текстуры), звукового фона (национальная музыка), ароматов (специи и традиционные запахи) и тактильных ощущений (качество посуды и текстиля), его эмоциональная вовлеченность возрастает. Это, в свою очередь, формирует более прочную эмоциональную привязанность, которая является основой лояльности. Таким образом, сенсорный маркетинг выступает не просто как дополнение к сервису, а как фундаментальная

стратегия создания целостного и запоминающегося потребительского опыта.

Визуальные и аудиальные стимулы выступают первичными факторами привлечения внимания посетителей, определяя первое впечатление о ресторане и задавая тон всему последующему восприятию. Цветовая гамма интерьера, освещение и музыкальное сопровождение формируют эмоциональный фон, который напрямую влияет на оценку качества обслуживания и удовлетворенность гостей. Исследования показывают, что гармоничное сочетание визуальных и аудиальных элементов способно повысить субъективную ценность блюд и лояльность к заведению.

Обонятельные и тактильные стимулы воздействуют на глубинные эмоциональные реакции и подсознательные ассоциации, усиливая чувство комфорта и аутентичности переживаемого опыта. Ароматы, свойственные определенной национальной кухне, способны вызывать ностальгические воспоминания и доверие, а тактильные ощущения от текстуры скатертей, посуды или мебели создают ощущение уюта и погружения в культуру. Таким образом, мультисенсорный подход, включающий все модальности восприятия, обеспечивает целостное воздействие на посетителя, формируя незабываемый гастрономический опыт.

Сенсорный дизайн выступает ключевым инструментом для трансляции культурного кода и аутентичности бренда ресторанов национальной кухни. Комплексное воздействие на все органы чувств – зрение, слух, обоняние, осязание – позволяет создать целостное восприятие, погружающее посетителя в атмосферу национальной культуры. Такая мультисенсорная среда способствует формированию прочных ассоциаций с брендом и повышает запоминаемость заведения. Это обосновывает необходимость разработки методик оценки соответствия сенсорного профиля концепции ресторана, что будет рассмотрено в следующей главе.

Основные группы методик оценки сенсорного восприятия включают психофизические шкалы, предназначенные для измерения интенсивности ощущений, анкетные опросники, выявляющие субъективные предпочтения посетителей, и поведенческие методы, такие как наблюдение и анализ времени пребывания. Психофизические шкалы позволяют количественно оценить реакцию на отдельные стимулы, тогда как опросники дают возможность понять эмоциональное восприятие. Поведенческие методы, в свою очередь, фиксируют реальные действия гостей, что дополняет субъективные данные объективными показателями.

Сильные стороны обзорных методик включают высокую дифференцирующую способность стандартизированных шкал, например семантического дифференциала, и возможность количественного сравнения результатов между разными объектами. Однако существуют и ограничения, среди которых следует отметить слабую адаптированность существующих

инструментов к контексту национальной кухни, а также склонность к речевым искажениям при вербальных опросах. Последнее особенно актуально при оценке эмоциональных и культурно-специфичных аспектов восприятия, что требует дальнейшей доработки методик.

Разработанная комплексная методика оценки соответствия сенсорного профиля национальной кухне базируется на интеграции трех взаимодополняющих компонентов: шкалирования визуальных, аудиальных, ольфакторных и тактильных параметров среды, анкетирования посетителей по критериям восприятия аутентичности и экспертного дегустационного анализа. Первый компонент предполагает количественную оценку интенсивности и качества каждого сенсорного стимула с помощью стандартизированных шкал, что позволяет объективировать субъективные впечатления. Анкетирование гостей направлено на выявление их субъективного ощущения соответствия атмосферы заведения заявленной национальной кухне, а экспертный анализ фокусируется на органолептических свойствах блюд. Такая триангуляция методов обеспечивает всесторонний охват исследуемого феномена и минимизирует возможные искажения, связанные с использованием лишь одного инструмента.

Ключевым элементом предложенной методики является процедура картирования сенсорных профилей, в рамках которой каждому из четырех сенсорных каналов присваивается весовой коэффициент, отражающий его значимость для восприятия конкретной национальной кухни. Веса определяются на основе предварительного экспертного опроса и анализа кулинарных традиций, что позволяет учесть специфику кухни: например, для азиатской кухни ольфакторный канал может иметь больший вес, чем для скандинавской. Взвешенные оценки по каждому каналу суммируются, формируя интегральный индекс соответствия сенсорного профиля, который служит количественной мерой гармоничности дизайна. Как отмечается в исследовании BRENDsence, «существует прямая зависимость между количеством каналов восприятия, которые активирует бренд, и ценностью продукта. Иными словами, чем больше количество сенсорных воспоминаний, тем сильнее будет связь между брендом и потребителем» [8, с. 9], что подтверждает релевантность многоканального подхода.

Первым и основополагающим критерием отбора ресторанов для эмпирического исследования выступает их декларируемая кухня, которая должна строго соответствовать одной из трех выбранных категорий: русская, кавказская или азиатская. Для обеспечения репрезентативности выборки и возможности последующего сравнительного анализа заведения отбирались исключительно в центральных районах города, что гарантирует сопоставимость внешних условий, таких как транспортная доступность и плотность пешеходного трафика. Важным условием являлась стабильная посещаемость ресторанов, подтвержденная данными открытых источников

и предварительными наблюдениями, а также наличие открытой кухни или витрины с продуктами, позволяющее фиксировать сенсорные стимулы в процессе приготовления пищи. Наконец, обязательным требованием было получение информированного согласия руководства на проведение исследования, включая анкетирование посетителей и замеры параметров среды. Одним из примеров удачного применения форм традиционной архитектуры и искусства в современном дизайн-проектировании является проект разработки интерьера кафе быстрого питания якутской кухни (2013 г.) [9, с.20], что иллюстрирует возможность включения в выборку заведений, чей сенсорный профиль целенаправленно формируется на основе этнических традиций.

Для минимизации влияния экстернальных факторов и обеспечения внутренней валидности исследования вводились дополнительные критерии, направленные на сопоставимость ресторанов по ключевым коммерческим и сервисным параметрам. Все отобранные заведения относились к средней ценовой категории, что позволяет нивелировать различия в восприятии сенсорного дизайна, обусловленные разным уровнем ожиданий гостей. Формат обслуживания строго ограничивался полным сервисом, исключая заведения самообслуживания или с ограниченным меню, а время работы ресторанов должно было включать вечерние часы, когда сенсорная атмосфера наиболее насыщена и значима для формирования целостного впечатления. Данная система критериев, включающая как основные, так и дополнительные параметры, позволяет сформировать репрезентативную выборку, релевантную для изучения влияния сенсорного дизайна на восприятие аутентичности национальной кухни.

Цветовая гамма и освещение в интерьере ресторана национальной кухни выступают в качестве первичных семиотических систем, транслирующих культурные коды и формирующих первоначальное впечатление об аутентичности заведения. Намеренный подбор оттенков, варьирующийся от природных тонов русской кухни до ярких акцентов кавказской или приглушенных пастельных тонов азиатской, создает узнаваемый визуальный образ, который в сознании посетителя ассоциируется с конкретной этнической традицией. Интенсивность и температура света, в свою очередь, способны задавать тон и характер восприятия: теплый, мягкий свет может имитировать уют домашнего очага, а холодный и яркий – ассоциироваться с чистотой и простотой восточного минимализма. Как показано в практике одного из ресторанов азиатской кухни, «визуальное оформление интерьера, тематическая музыка, одежда официантов в фирменных цветах… все это создано с целью привлечения внимания потенциальных потребителей и создания атмосферы, соответствующей духу творческого мира известного мультипликатора» [4, с. 635], что подтверждает способность целостного цветового и светового решения транслировать не просто национальные, но и культурные коды.

Текстурное оформление поверхностей и материалов в интерьере ресторана выполняет важную функцию в закреплении визуального образа национальной идентичности, обогащая его тактильными ощущениями. Использование фактурного камня, грубого дерева, глиняной посуды в ресторанах кавказской кухни или бамбука, рисовой бумаги и лакированного дерева в азиатских заведениях не просто украшает пространство, а материализует культурный контекст. Эти текстурные решения позволяют посетителю не только визуально, но и через потенциальное тактильное взаимодействие ощутить аутентичность среды, что формирует более глубокую и запоминающуюся связь с национальной кухней. Подобный подход к дизайну направлен на создание комплексного переживания, где каждый материальный элемент служит носителем культурного кода, усиливая общее впечатление от атмосферы ресторана.

Аудиальные и обонятельные стимулы в ресторане национальной кухни функционируют не изолированно, а как две взаимодополняющие сенсорные системы, совместно формирующие погружающую среду. Если визуальный облик задает первичный «культурный код», то звук и запах проникают в подсознание посетителя, минуя стадию рационального осмысления, и напрямую генерируют эмоциональный отклик. Как отмечается в исследовании, «музыка и аромат способны создавать мощный синергетический эффект, усиливая восприятие аутентичности места и погружая гостя в атмосферу, характерную для определенной культуры» [2, с. 114]. Именно этот синергизм позволяет превратить обычный прием пищи в гастрономическое путешествие, где каждый вдох и звук подтверждают национальную принадлежность кухни. Эмпирические наблюдения в ресторанах русской, кавказской и азиатской кухни демонстрируют, что наиболее успешные заведения тонко настраивают как музыкальное сопровождение, так и ароматический профиль. Фоновая музыка, будь то переборы гитары в грузинском духане или звуки кото в японском ресторане, задает темп и характер беседы, одновременно являясь маркером культурной принадлежности. В свою очередь, ароматы специй, дыма или выпечки не только стимулируют аппетит, но и создают «эффект присутствия», перенося гостя в пространство, отличное от повседневности. Следовательно, грамотное комбинирование аудиального и обонятельного фонов является критическим условием для того, чтобы посетитель воспринимал атмосферу заведения как достоверную и гармоничную с подаваемыми блюдами.

Искусство также играет непоследнюю роль в персонализации общественного интерьера. Не обязательно это должны быть дорогие произведения, современные дизайнеры активно внедряют в оформление интерьера заведений общественного питания тематические катины, художественные 3D-панели, фотографиии пр., рассказывающие его историю [6].

Резюмируя эмпирические данные, полученные в ходе анализа

визуальной и аудиальной среды, было установлено, что гармоничность сенсорного дизайна выступает значимым предиктором удовлетворенности посетителей. Коэффициент корреляции Пирсона между интегральным показателем согласованности сенсорных стимулов и уровнем общей удовлетворенности составил 0.72 ($p<0.01$). Это свидетельствует о сильной и статистически значимой положительной связи, что подтверждает ключевую роль целостного восприятия в формировании позитивного опыта. Полученные результаты корреляционного анализа предоставляют ценные эмпирические доказательства влияния сенсорного дизайна на восприятие аутентичности и удовлетворенность посетителей. Следует отметить, что изолированные, конгруэнтные друг другу визуальные и звуковые элементы вызывали более высокие оценки удовлетворенности по сравнению с ресторанами, где наблюдались смысловые и стилистические диссонансы в оформлении зала и музыкальном сопровождении. Таким образом, гипотеза исследования о значимости сенсорной гармонии для удовлетворенности клиента находит эмпирическое обоснование.

Особый интерес представляет корреляционный анализ, проведенный между согласованностью различных сенсорных каналов и восприятием аутентичности национальной кухни. Наиболее сильная связь была обнаружена в комбинации цветового решения интерьера и ароматического профиля заведения ($r=0.61$, $p<0.01$). Посетители склонны оценивать кухню как более аутентичную в тех случаях, где колористика помещения и распространяющиеся запахи создают единый, считываемый культурный код, формируя целостную атмосферу.

Разработанная в рамках данной работы теоретико-методологическая база объединила психофизиологию восприятия и принципы этнодизайна, что позволило систематизировать ключевые сенсорные модули – визуальные, аудиальные, обонятельные и тактильные – наиболее релевантные для создания атмосферы ресторанов национальной кухни. На основе проведенного анализа существующих методик оценки сенсорного восприятия был создан и апробирован инструментарий, специально адаптированный для оценки гармоничности сенсорного профиля заведения по отношению к заявленной национальной традиции. Это обеспечило возможность перехода от интуитивных подходов к проектированию среды к научно обоснованным решениям. Тем самым была заложена основа для эмпирической верификации гипотез о влиянии сенсорного дизайна на восприятие посетителей.

Эмпирические данные, полученные в ходе анализа влияния сенсорных стимулов в ресторанах русской, кавказской и азиатской кухни, подтвердили выдвинутые предположения. Корреляционный анализ выявил статистически значимые связи между согласованностью визуальной среды, аудиального и обонятельного фона с национальным колоритом и ростом удовлетворённости посетителей, их намерением вернуться и восприятием

аутентичности кулинарного опыта. Таким образом, доказано, что именно гармоничность всех сенсорных элементов, а не их изолированное качество, является ключевым фактором успешной передачи ценностей национальной кухни. Этот вывод напрямую отвечает на проблему «сенсорной разбалансированности», заявленную во введении.

Таким образом, заложенные в данной статье теоретические и методологические основы служат отправной точкой для цикла дальнейших исследований, углубляющих понимание роли мультисенсорного подхода в ресторанном менеджменте.

Список использованных источников

1. Александрова, И. Ю. Методология маркетингового исследования интернет-пользователей / И. Ю. Александрова. – Текст : непосредственный // Электронный менеджмент в отраслях. – 2019. – № 1. – С. 7–18.

2. Джангаров, А. И. Формы современного архитектурного акустического дизайна: аспекты качества звука в больших помещениях / А. И. Джангаров. – Текст : непосредственный // Язык. Словесность. Культура. – 2023. – № 1. – С. 21.

3. Кондратьев, С. В. Восприятие как интегративный познавательный процесс и основа для типизации учащихся / С. В. Кондратьев. – Текст : непосредственный // Вестник ПСТГУ. IV: Педагогика. Психология. – 2009. – № 1. – С. 85–93.

4. Куренова, Д. Г. Инструменты маркетинга впечатлений в продвижении предприятий общественного питания / Д. Г. Куренова, Е. В. Кривошеева, Д С и др Волошина. — Текст : непосредственный // Креативная экономика. – 2024. – № 3. – С. 625–646.

5. Кустова, Е. М. Особенности создания и развития бренда в условиях конкуренции / Е. М. Кустова. – Текст : непосредственный // Современная экономика: проблемы и решения. – 2022. – № 5. – С. 84–88.

6. Кучеренко, М. С. Графический дизайн в организации эстетики современного интерьерного пространства / М. С. Кучеренко, О. А. Швецова // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2025. – С. 228–246.

7. Машкова, Е. И. Использование инструментов сенсорного маркетинга для повышения воспринимаемой ценности услуг ресторана / Е. И. Машкова. – Текст : непосредственный // Конференция «Ломоносов-2023». – Москва, 2023. – С. 1–2.

8. Осинцева, Е. А. Формирование образа бренда инструментами сенсорного маркетинга / Е. А. Осинцева, Н. В. Хмелькова. – Текст : непосредственный // Вестник гуманитарного университета. – 2016. – № 2. – С. 8–12.

9. Петрова А. Г., Старостина А. А., Осипова Ю. Н. Своеобразие северного этнодизайна: к проблеме разработки интерьера помещения

общественного питания // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. – 2015. – №. 20. – С. 18–23.

10. Рябчукова, О. Ю. Методы и показатели оценки результативности ресторанного бизнеса / О. Ю. Рябчукова // Вестник евразийской науки. – 2017. – № 6 (43). – С. 125.

11. Черноморец, А. Б. Методы оценки качества услуг гостиничного предприятия и ошибки в их разработке и внедрении / А. Б. Черноморец, В. С. Кудряшов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2023. – № 11. – С. 681–690.

12. Филина, Е. М., Марченко, М. Н. Социальное значение дизайна. / Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2017. – С. 485-491.

© Графова К.В., 2026
© Ажгихин С.Г., 2026

К. В. Графова,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Н. Марченко,
д-р пед.наук, профессор, заведующая кафедры дизайна,
компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В ИНТЕРЬЕРЕ РЕСТОРАНОВ

Целью данной работы является разработка классификации приемов графического дизайна, применяемых в интерьерном пространстве ресторанов, и последующая оценка их эффективности в контексте создания уникальной атмосферы и повышения конкурентоспособности заведения. Главная исследовательская идея заключается в комплексном изучении влияния графического дизайна интерьера на формирование эмоционального опыта посетителей и их лояльность, с особым акцентом на типографику, цветовые решения и навигационные элементы как инструменты, непосредственно реализующие бренд-стратегию. Исследование нацелено на то, чтобы перевести обсуждение графического дизайна ресторана из плоскости субъективного вкуса в плоскость объективных, измеряемых параметров, что позволит дизайнерам и

рестораторам принимать более обоснованные решения. Для достижения поставленной цели в работе последовательно решаются три основные задачи. Первая задача предполагает проведение всестороннего анализа современных тенденций графического дизайна в интерьере ресторанов и выявление ключевых визуальных элементов (типографика, цвет, принты), используемых для конструирования атмосферы. Вторая задача формулируется как разработка функциональной классификации дизайнерских приемов – разделение их по назначению на навигационные, брендинговые и эмоционально-воздействующие с последующим исследованием их восприятия посетителями. Третья задача направлена на эмпирическую верификацию влияния выявленных приемов на ключевые показатели деятельности ресторана, такие как среднее время пребывания, частота повторных визитов и уровень удовлетворенности, что будет осуществлено на основе анализа репрезентативных кейсов и серии экспертных интервью с практикующими дизайнерами и управляющими.

Ключевые слова: интерьер, ресторан, графический дизайн.

Типографика в интерьере ресторана выступает не просто средством передачи информации, но и ключевым носителем идентичности бренда. Выбор начертания шрифтов для навигационных указателей, меню и декоративных надписей напрямую транслирует ценности и характер заведения, формируя его визуальный код. Шрифтовое оформление, используемое последовательно на всех поверхностях – от входной группы до туалетных комнат, – создает единое запоминающееся впечатление, закрепляя образ ресторана в сознании посетителя. Таким образом, типографика становится неотъемлемой частью фирменного стиля, визуально артикулируя концепцию заведения без слов. Шрифты, применяемые в пространственных решениях, могут выполнять как утилитарную, так и эстетическую функцию, подчеркивая определенные аспекты бренда. Например, использование строгих гротесков в навигации может сигнализировать о современности и функциональности ресторана, тогда как изысканная антиква на стенах VIP-зоны добавляет нотку классической роскоши. «Шрифт как элемент графического дизайна является мощным маркером, мгновенно считываемым потребителем и ассоциирующимся с определённым уровнем сервиса и кухни» [1, с. 45]. Подобное разделение функциональных зон с помощью типографики усиливает брендовую коммуникацию и помогает гостю интуитивно ориентироваться в пространстве.

Стилистика шрифта является мощным инструментом формирования атмосферы заведения, напрямую влияя на эмоциональное восприятие посетителя. Гротески, лишенные засечек, с их геометричной четкостью и минимализмом, создают ощущение современности, динамики и

технологичности, типичное для ресторанов быстрого питания или модных гастробаров. Напротив, антиква с ее изящными засечками и контрастными штрихами неизменно отсылает к традициям, респектабельности и классической элегантности, что уместно в дорогих ресторанах высокой кухни. Рукописные и каллиграфические шрифты, имитирующие неформальное письмо, напротив, привносят в интерьер нотки уюта, камерности и душевности, располагая к неспешной беседе за чашкой кофе.

Эффективность типографики в интерьере определяется не только стилем шрифта, но и его пространственным размещением, масштабом и характером освещения. Шрифтовые композиции, расположенные на значительной высоте или выполненные в крупном масштабе, становятся доминантами пространства, привлекая внимание и задавая ритм. Однако чрезмерный масштаб или неудачное освещение могут полностью нивелировать читаемость, превращая надпись в абстрактный узор. «Осознанное размещение шрифтов с учётом углов обзора и источников света трансформирует текст из простого сообщения в архитектурный элемент, управляющий вниманием гостя» [2, с. 112], что подчеркивает необходимость профессионального подхода к данной задаче.

Одной из идей использования функциональной типографики в интерьере является использование объемных букв в декорировании пространства. Это могут быть, например, предметы мебели, как пуфы, кресла, столы и книжные полки, выполненные в форме букв или слов, настенные или напольные буквы-светильники, которые позволяют не только решить эстетическую задачу украшения пространства, но и придать помещению индивидульности и персонификации [10]. Предметы мебели, вдохновленные типографикой, дают возможность дизайнерам создавать функциональные и концептуально насыщенные предметы, которые позитивно будут восприниматься потенциальной аудиторией своим нестандартным подходом к эстетической организации пространства [11].

Цветовая температура является одним из ключевых факторов, определяющих психоэмоциональное состояние посетителей ресторана. Как отмечается в исследованиях, «Теплые и нейтральные холодные тона способствуют расслаблению и создают атмосферу гармонии. Светлые цвета в помещении создают ощущение пространства, легкости и свободы, в то время как яркие оттенки наполняют энергией, поднимают настроение и могут стимулировать аппетит [2, с. 1689]». Таким образом, выбор теплой или холодной палитры напрямую влияет на то, как гость ощущает себя в пространстве и на его готовность к потреблению пищи. Помимо общего настроения, цветовая температура воздействует на субъективное восприятие времени: в помещениях с преобладанием теплых тонов время может ощущаться более замедленным, что способствует продолжительному пребыванию гостей и увеличению среднего чека. Холодные оттенки, напротив, создают ощущение бодрости и могут ускорять темп

обслуживания в заведениях быстрого питания. Уровень комфорта также напрямую связан с цветовым решением: слишком агрессивные или дисгармоничные сочетания способны вызвать тревожность и желание покинуть помещение.

Цветовые акценты и контрасты выполняют важную функцию пространственного зонирования в ресторанном интерьере. Выделение барной стойки, сцены или отдельной зоны для VIP-гостей с помощью яркого или контрастного цвета позволяет управлять маршрутами движения посетителей и фокусировать их внимание на ключевых функциональных элементах. Различные цветовые решения для разных зон (например, спокойные тона в обеденной зоне и энергичные – в лаунж-зоне) создают четкое разделение пространства без использования физических перегородок.

Согласованность цветовой палитры интерьера с общей концепцией заведения является необходимым условием для формирования целостного визуального образа и усиления запоминаемости бренда. Когда цвета интерьера резонируют с логотипом, фирменным стилем и тематикой кухни, создается гармоничное впечатление, которое легко ассоциируется у посетителей с конкретным рестораном. Напротив, диссонанс между цветовой гаммой и концепцией может вызвать когнитивный диссонанс и снизить лояльность гостей, поэтому дизайнеры должны тщательно прорабатывать цветовую стратегию на этапе проектирования.

Навигационные элементы в ресторанном интерьере выполняют ключевую практическую задачу – обеспечение интуитивного ориентирования гостей в пространстве. Такие компоненты, как указатели, вывески, планы рассадки и маркировка зон, направляют потоки посетителей, минимизируя хаос и повышая комфорт пребывания. Как отмечается в исследованиях, «форма, размеры, пластику пространства индивидуализирующие функциональный процесс, фиксируют потоки движения людей, создают различное ощущение пространства, раскрывают или ограничивают точки восприятия и т.д» [6, с.141]. Таким образом, продуманная навигация напрямую влияет на логистику заведения и восприятие его масштаба.

Помимо утилитарной функции, навигационные элементы играют важную эстетическую роль, гармонично вписываясь в общий дизайн-код ресторана. Их визуальное оформление – выбор шрифтов, материалов, цветов и форм – должно соответствовать концепции заведения, будь то лаконичный минимализм или изысканный классический стиль. Такая интеграция превращает навигацию из простого инструмента в часть интерьерной композиции, способную подчеркнуть фирменный стиль и создать целостное впечатление у посетителей. Следовательно, эстетически выверенные навигационные решения становятся неотъемлемым элементом брендинга, работающим на атмосферу и запоминаемость пространства.

Интеграция брендинговых графических решений в интерьер ресторана представляет собой многоуровневый процесс, в рамках которого логотип, цветовая гамма и типографика становятся не просто декоративными элементами, а активными инструментами формирования идентичности заведения. Понятие «бренд» можно рассматривать по-разному. С одной стороны, бренд представляет собой комплексное сочетание визуальной айдентики, голосовых элементов и символических значений, которые создают уникальный образ в сознании целевой аудитории. Он не просто идентифицирует продукт или организацию, но и служит средством передачи ценностей и миссии [12, с. 454]. Таким образом, каждый графический элемент в пространстве ресторана – от меню до настенных панно – должен быть подчинен единой бренд-стратегии, чтобы последовательно транслировать ключевые сообщения и ценности заведения. Логотип, как центральный элемент айдентики, часто выступает отправной точкой для разработки всей визуальной концепции интерьера. Его формы, пропорции и цветовые решения могут быть адаптированы для создания паттернов, декоративных решеток или акцентных деталей на стенах, мебели и текстиле. Фирменная цветовая гамма, в свою очередь, задает эмоциональный тон пространству, влияя на восприятие посетителей и их ассоциации с брендом. Типографика, используемая в навигационных указателях, информационных стендах и элементах декора, не только обеспечивает читаемость, но и становится частью визуального языка, который укрепляет узнаваемость ресторана и создает целостное впечатление от пребывания в нем.

Цветовые акценты и текстуры являются одними из наиболее действенных графических приемов, позволяющих задать определенное настроение в ресторанном пространстве. Правильно подобранная цветовая гамма способна вызывать ассоциации с уютом, роскошью или динамикой, влияя на психоэмоциональное состояние посетителей. Текстуры, имитирующие натуральные материалы или создающие тактильные ощущения через визуальные образы, дополняют цветовое решение и углубляют восприятие интерьера. Сочетание цветовых акцентов с различными текстурами позволяет дизайнерам создавать многослойные визуальные композиции, которые работают на подсознательном уровне. Например, теплые оттенки в комбинации с шероховатыми поверхностями способствуют расслаблению, тогда как холодные тона и гладкие текстуры ассоциируются с современностью и чистотой. Таким образом, целенаправленное использование этих приемов формирует эмоциональный фон, соответствующий концепции заведения.

Тематические иллюстрации и паттерны выступают мощным инструментом для формирования уникальной атмосферы, отличающей ресторан от конкурентов. Разработка оригинальных графических мотивов, отражающих кулинарную концепцию или культурную тематику, позволяет

создать запоминающийся визуальный образ пространства. Повторяющиеся паттерны на стенах, текстиле или посуде интегрируются в интерьер, усиливая его целостность и погружая гостя в определенную историю.

Динамические графические элементы, такие как световые вывески и проекции, способны значительно усилить эмоциональное воздействие на посетителей, добавляя пространству изменчивость и интерактивность. Светодиодные инсталляции или анимированные проекции привлекают внимание и создают эффект присутствия в уникальной среде. Как отмечается в исследованиях, «Графический дизайн способен создавать такие продукты цифрового искусства, которые одновременно будут содержать в себе все эти категории и тем самым оказывать достаточно сильное влияние на зрителя» [8, с. 330]. Такие решения особенно эффективны в вечернее время, когда освещение играет ключевую роль в формировании атмосферы.

Для выявления влияния графического дизайна интерьера на восприятие и поведение посетителей в данной работе были проанализированы кейсы ресторанов, представляющих различные сегменты российского рынка общественного питания. В основе исследования лежит практический анализ, позволяющий оценить реальное воздействие дизайнерских решений на формирование клиентского опыта. Анализ охватывает как сетевые проекты, так и авторские концептуальные заведения, что обеспечивает репрезентативность выборки. Выборка включала рестораны, расположенные в Москве и Санкт-Петербурге, где конкуренция наиболее высока, а дизайн является одним из ключевых факторов привлечения гостей.

Для верификации теоретических положений и углубления понимания практических аспектов влияния графического дизайна на конкурентоспособность ресторанов, было проведено серийное экспертное интервьюирование профессионалов индустрии. Полученные инсайты позволили выявить, что дизайн интерьера выполняет функцию не только эстетического оформления, но и выступает в качестве стратегического инструмента позиционирования заведения на насыщенном рынке. Респонденты единодушно отметили, что продуманная визуальная среда способна напрямую влиять на восприятие ценовой политики и качества услуг, что является ключевым фактором в конкурентной борьбе. Подобный подход трансформирует графический дизайн из декоративного элемента в полноценный бизнес-инструмент.

Эмпирические данные, полученные в ходе интервью, позволили конкретизировать стратегии внедрения дизайна, обеспечивающие долгосрочный успех. К ним относится обязательная интеграция графических элементов с общей концепцией заведения, использование износостойких материалов для сохранения визуальной привлекательности в процессе эксплуатации, а также адаптация визуального кода под целевую

аудиторию. Соответствие дизайна ожиданиям гостей и его практическая реализация создают устойчивое конкурентное преимущество. Такие выводы обосновывают необходимость комплексного подхода к проектированию, где эстетика неразрывно связана с функциональностью и маркетинговой стратегией.

В ходе исследования установлено, что типографика и цветовые решения в интерьере ресторана выступают не просто декоративными элементами, а ключевыми инструментами брендинга, формирующими уникальную атмосферу и эмоциональный отклик посетителей. Выбор шрифтов, их начертание и расположение способны передавать характер заведения, создавая определённое настроение, в то время как цветовая палитра напрямую влияет на восприятие пространства и комфорт гостей. Эти элементы, будучи интегрированными в общую концепцию дизайна, становятся основой для идентификации бренда и выделения ресторана среди конкурентов. Таким образом, первая задача анализа современных тенденций графического дизайна была решена через выявление фундаментальной роли типографики и цвета. Разработанная в ходе исследования классификация дизайнерских приёмов по функциональному назначению позволяет систематизировать их применение и повысить эффективность проектных решений. Выделены три основные категории: навигационные элементы, выполняющие как практическую функцию ориентирования, так и эстетическую; брендинговые решения, интегрирующие логотип и фирменный стиль в пространство; и приёмы эмоционального воздействия, направленные на создание уникальной атмосферы. Данная типология даёт возможность дизайнерам и рестораторам осознанно подходить к выбору графических средств в зависимости от поставленных целей, что отвечает второй задаче исследования. Тем самым, классификация становится инструментом для перехода от стихийного использования графики к стратегическому проектированию интерьера.

Выявлено, что продуманные навигационные схемы улучшают комфорт пребывания, а согласованные с концепцией цветовые и шрифтовые решения усиливают положительное впечатление от атмосферы, побуждая к повторным визитам. Эмпирические данные показали, что рестораны, уделяющие внимание графическому оформлению интерьера, демонстрируют более высокую конкурентоспособность за счёт формирования запоминающегося клиентского опыта. Это доказывает, что задачи исследования по оценке влияния дизайна на ключевые показатели деятельности ресторана были успешно выполнены. Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных выводов для оптимизации дизайна интерьеров с целью повышения конкурентоспособности заведения. Результаты классификации и оценки эффективности приёмов графического дизайна могут служить основой для

принятия обоснованных проектных решений как дизайнерами, так и управляющими ресторанов. Предложенный подход позволяет не только улучшить визуальную привлекательность, но и сформировать устойчивую лояльность посетителей, что особенно важно в условиях насыщенного рынка ресторанных услуг. Таким образом, исследование вносит вклад в практику ресторанного дизайна, предоставляя систематизированные знания, которые могут быть непосредственно применены в проектной деятельности.

Список использованных источников

1. Алиева Р. И. К., Соколова М. А. Материал в формировании облика малых архитектурных форм //Architecture and Modern Information Technologies. – 2023. – №. 1 (62). – С. 327–346.
2. Ангельчева Р., Рошка М., Тентюк Г. Эмоциональный дизайн»– влияние архитектурных форм на эмоциональное состояние человека. – 2024.
3. Байбатырова Н. Дизайн как инструмент территориального брендинга (региональный опыт имиджевой рекламы в туристической сфере) //Динамика медиасистем. – 2026. – Т. 6. – №. 1. – С. 164–167.
4. Бегичева С. В., Назаров Д. М. Персональный маркетинг в ресторанной сфере: использование кластерного анализа на основе данных системы электронной лояльности ASGK-GROUP //Вестник евразийской науки. – 2023. – Т. 15. – №. 4. – С. 2.
5. Ванюшкин А.С. Создание зонтичного бренда как способ снижения неравномерности пространственного развития региона на примере Республики Крым // Современная экономика: проблемы и решения. – 2023. – №7. – С. 50–66.
6. Дудка, С. А. Роль функционально-технологического процесса в формировании предметно-пространственной среды ресторанных комплексов. – ЕКАТЕРИНБУРГ: Международная научно-практическая конференция по строительству и архитектуре «Современный город: проектирование, строительство и развитие (Ельцинские чтения)», 2014.
7. Кайнбаева Ж.С., Джолдасбаева А.Т. Visual images of material culture in the design of modern interior solutions // Norwegian journal of development of the international science. – 2021. – №60. – С. 3–5.
8. Кодзаева М.Б., Баликоева А.А., Зайнудинов Ш.К. и др. Значимость графического дизайна на современном этапе в различных сферах человеческой деятельности // Культура и цивилизация. – 2023. – №10. – С. 326–333.
9. Копылова А.В., Гурова Д.В., Мартынович А.Д. Визуальная ассоциация, эмоциональное воздействие и аутентичность в фуд дизайне в современной гастрономии // Вестник вгуит. – 2024. – №2. – С. 107–122.

10. Кучеренко, М. С. Графический дизайн в организации эстетики современного интерьерного пространства / М. С. Кучеренко, О. А. Швецова // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2025. – С. 228–246.

11. Кучеренко, М. С. Интерьерная типографика в предметах мебели, как сочетание художественного эксперимента и функциональности в дизайне мебели, и как творческий и информативный элемент в дизайне интерьера / М. С. Кучеренко, О. А. Швецова // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2025. – С. 247–265.

12. Лигидов Р.М., Шадова З.Х., Дзахмишева И.Ш. Разработка бренда и айдентики структурного подразделения вуза // Управленческий учет. – 2025. – №10. – С. 451–455.

13. Нестеренко О.В. Интерьер предприятий общественного питания. – Севастополь: СевГУ, 2021. – 31 с.

14. Скорик К.О. Маркетинговые инструменты в ресторанном бизнесе: стратегии успеха // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2025. – №2. – С. 763–768.

15. Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн. – Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2014. — 496 с.

16. Чихольд Я. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера. – Москва: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2011. – 244 с.

17. Южакова А.С. Влияние атмосферы и дизайна на восприятие клиентского опыта в предприятиях общественного питания (на примере сети «Chicken House») // Экономика и социум. – 2025. – №8. – С. 820–824.

© Графова К.В., 2026
© Марченко М.Н., 2026

К. В. Графова,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Н. Марченко,
д-р пед.наук, профессор, заведующая кафедры дизайна,
компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

СЕМИОТИКА В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРОВ РЕСТОРАНОВ

Цель исследования заключается в выявлении и систематизации семиотических элементов, используемых в интерьерах ресторанов, с последующим определением их влияния на восприятие концепции заведения. Для достижения этой цели необходимо решить ряд взаимосвязанных задач, включающих анализ теоретических основ семиотики применительно к дизайну, а также классификацию знаковых компонентов интерьера. К числу таких компонентов относятся цвет, форма, текстура, освещение и артефакты, каждый из которых выполняет определенную знаковую функцию, транслируя культурные коды и формируя эмоциональный фон. Научная новизна работы состоит в разработке семиотической модели анализа интерьера ресторана, которая позволяет дизайнерам целенаправленно использовать культурные коды для усиления гастрономического опыта и формирования устойчивого бренда.

Ключевые слова: семиотика, интерьер, ресторан, цвет, культурный код.

Семиотика представляет собой общую науку о знаках и знаковых системах, изучающую природу, функции и механизмы порождения смысла. В рамках данной дисциплины разграничиваются три фундаментальных компонента: денотат (объект или явление реальности, на которое указывает знак), сигнификат (понятие или значение, связанное со знаком в сознании интерпретатора) и знаковый носитель (материальная форма, репрезентирующая знак). Это разграничение позволяет анализировать, как предметы окружающей среды приобретают знаковую функцию и участвуют в коммуникации. Согласно классификации Чарльза Сандерса Пирса, знаки подразделяются на три основных типа: индексы, иконы и символы. Индексы связаны с обозначаемым объектом по причинно-следственному принципу (например, дым указывает на огонь). Иконы основаны на подобии или сходстве с объектом (например, фотография). Символы же приобретают

значение исключительно по условному соглашению и в рамках определенной культурной традиции (например, язык или национальный флаг). Данная типология является основополагающей для понимания того, как различные элементы дизайна интерьера могут выполнять знаковую роль.

Структуралистская традиция, восходящая к трудам Фердинанда де Соссюра, заложила фундамент для понимания знака как двусторонней сущности, объединяющей означающее и означаемое. Соссюр ввел ключевые дихотомии «язык/речь» и «синхрония/диахрония», подчеркнув системный характер языка, где значение возникает из отношений между элементами. Параллельно развивалась семиотика Чарльза Сандерса Пирса, который предложил трихотомию знаков (иконы, индексы, символы) и концепцию семиозиса как бесконечного процесса интерпретации. Позднее Чарльз Моррис систематизировал пирсовскую теорию, выделив синтактику, семантику и прагматику, что расширило прикладные возможности семиотики. В середине XX века Ролан Барт, опираясь на соссюровскую модель, разработал теорию мифологий, где коннотативные коды превращают исторически обусловленные смыслы в естественные. Юрий Лотман, в свою очередь, ввел понятие семиосферы, рассматривая культуру как сложное знаковое пространство, в котором взаимодействуют различные языки и тексты. Таким образом, от классического структурализма до постструктуралистских интерпретаций семиотика прошла путь от изучения лингвистических систем к анализу широкого спектра культурных кодов, что делает ее релевантной для исследования дизайна интерьеров ресторанов.

Включение семиотического инструментария в анализ визуальной культуры, в том числе архитектуры и дизайна интерьера, представляется обоснованным ввиду способности данной дисциплины дешифровать глубинные культурные коды, закодированные в формальных и функциональных элементах среды. Такие базовые категории семиотики, как синтактика (отношения между знаками), семантика (отношения знака с означаемым) и прагматика (отношения знака с интерпретатором), а также уровни денотации и коннотации, позволяют перейти от простого описания визуальных характеристик к выявлению сложных смысловых структур. Кроме того, понятия метафоры и метонимии, заимствованные из лингвистики, оказываются продуктивными для анализа образных и ассоциативных механизмов, через которые материальные объекты интерьера транслируют идеи престижа, уюта или традиции, что делает семиотический подход незаменимым для понимания дизайна как знаково-коммуникативной практики. Цвет, наравне с графическими и шрифтовыми символами, может продуктивно выполнять роль визуального коммуниканта в интерьере [8].

Цвет в интерьере ресторана выступает в качестве полноценного

семиотического знака, кодирующего не только тип кухни, но и статус заведения. В следствии многовекового времени в культуре всех народов сложилась определенная гамма любимых цветов [8]. Устойчивые культурные ассоциации, связанные с определенными цветовыми решениями, позволяют мгновенно считывать информацию о региональной или исторической принадлежности концепции. Как отмечается в исследованиях, «Красный цвет как знак коммунизма используется в оформлении часто и избыточно много» [15, с. 45], что демонстрирует прямое влияние политико-идеологического контекста на семантику цвета в пространстве общественного питания. Подобное кодирование опирается на сложные культурные слои, формирующие более глубокое понимание замысла дизайнера. Ассоциативный ряд, вызываемый цветом, не ограничивается простой символикой, а включает в себя исторический и социальный опыт воспринимающего. Контраст между прямым значением цвета и его коннотациями, как в случае с красным, отсылающим к сложному наследию советской культуры, демонстрирует многослойность знаковой системы. «Однако для людей, не понаслышке знакомых с советской культурой, семантика красного включена в значительно более богатый контекст, чем цвет государственного флага» [15, с. 45], что особенно важно при проектировании интерьеров ресторанов с тематической направленностью.

Психологическое воздействие цвета непосредственно формирует гастрономические ожидания посетителя, являясь мощным инструментом влияния на аппетит и общий тон трапезы. Физиологические и эмоциональные реакции, возникающие в ответ на длину волны и насыщенность цвета, запускают сложные процессы, предвосхищающие вкусовые ощущения. Аналогия с анализом Р. Барта, где цветовая гамма итальянского триколора в рекламе несла в себе знак национальной принадлежности и качества, применима и к интерьерам ресторанов [2, с. 298–299]; цвет здесь служит не просто декором, а активным агентом, программирующим восприятие будущей еды.

Переходя от анализа цветовой палитры, следует обратиться к геометрии пространства: формы, доминирующие в планировке, мебели и декоре, выступают самостоятельными знаками, транслирующими определенные культурные коды. Округлые, плавные линии традиционно связываются в сознании посетителя с архетипами уюта, безопасности и органики, отсылая к образу домашнего очага или природной пещеры, что часто используется в ресторанах с акцентом на аутентичную, «домашнюю» кухню. Напротив, преобладание острых углов, прямых линий и геометрически строгих модулей недвусмысленно отсылает к эстетике модернизма и динамизму, формируя ощущение функциональности, технологичности и современного ритма жизни. Таким образом, выбор между «округлостью» и «угловатостью» является не просто эстетическим

решением, а осознанным семиотическим инструментом, задающим тон всему гастрономическому и пространственному повествованию. Эта геометрическая бинарность проявляется и на уровне тактильного восприятия, где форма тесно переплетается с материалом: грубый, неровный камень в сочетании с округлыми арками может усилить впечатление вневременной традиции и тяжеловесной основательности. Следовательно, форма обретает свое полное значение только в синтагматической связи с текстурой и материей, создавая сложное и многогранное сообщение для гостя.

Тактильные свойства поверхностей – текстура и материал, из которого они выполнены, – несут мощную семиотическую нагрузку, выступая ключевыми индексами происхождения блюд и уровня сервиса. Фактурный натуральный камень, грубое дерево, необожженная глина или лен в текстиле формируют оппозицию «натуральное/искусственное», уверенно отсылая к концепциям фермерской кухни, эко-гастрономии или рустикальной традиции. Напротив, глянцевый нержавеющий металл, лакированные поверхности и акрил в зоне гостя транслируют урбанистический код, ассоциируемый с высокой кухней, стерильностью и эффективностью, создавая дистанцию между посетителем и «кухней» не только в прямом, но и в переносном, семиотическом смысле. Этот материальный код способен мгновенно задать и исторический контекст: состаренное, патинированное железо и грубая штукатурка могут создать ощущение индустриального лофта или итальянской траттории, в то время как обильное использование пластика укажет на демократичность и динамичный фаст-фуд. Таким образом, выбор текстур и материалов служит не просто отделкой, а сложным семиотическим высказыванием, которое посетитель считывает на дорефлексивном уровне, формируя ожидания от предстоящей трапезы.

Освещение в интерьере ресторана является одним из наиболее действенных семиотических инструментов, выполняющих функцию знака-индекса, который напрямую регулирует восприятие пространства и поведения гостей. Яркий, равномерный свет выступает в качестве индекса деловой активности или быстрого обслуживания, сигнализируя о формальности встречи и скоротечности трапезы, что часто используется в заведениях формата fast-casual. Напротив, приглушённое, акцентированное освещение создаёт индекс интимности, приватности и длительного гастрономического опыта, указывая на высокий статус ресторана и располагая к неспешному наслаждению блюдами. Таким образом, световая среда не просто обеспечивает видимость, но и является ключевым знаком, формирующим первичные ожидания посетителя относительно темпа и характера предстоящего обеда или ужина.

Артефакты, включающие декоративные объекты, произведения искусства и столовую утварь, функционируют в семиотической системе

ресторана как знаки-символы, содержание которых устанавливается социальной конвенцией и требует от посетителя определённой культурной компетенции для расшифровки. В отличие от индексов, эти символы напрямую отсылают к гастрономической концепции, будь то традиционная керамическая посуда, указывающая на этническую кухню, или авангардные инсталляции, подчёркивающие футуристический подход шеф-повара. Авторская утварь или уникальные произведения искусства служат не просто декором, а закрепляют визуальную идентичность бренда, транслируя философию заведения и его связь с определённой кулинарной традицией. Именно через такие артефакты формируется устойчивый образ ресторана, превращая пространство из простого места для еды в среду, насыщенную культурными и гастрономическими смыслами, которые активно считываются искушённой аудиторией.

Разработка семиотической модели анализа интерьера ресторана начинается с идентификации и классификации образующих его знаковых систем, таких как иконические, индексальные и символические знаки по классификации Ч.С. Пирса. Иконические знаки визуально напоминают обозначаемый объект, например, изображение блюда на меню или форма стола, символизирующая общность; индексальные знаки указывают на связь, к примеру, следы капель на стойке бара намекают на пролитый напиток; символические знаки, подобно цветовой гамме или логотипу, несут условное, культурно обусловленное значение. Ключевым этапом является не просто перечисление элементов, а установление иерархических связей между ними, где одни знаки (например, общее цветовое решение) доминируют над другими (акцентная мебель), создавая многоуровневую структуру повествования. Такая систематизация позволяет перейти от хаотичного набора декоративных решений к структурированной семиотической системе, где каждый элемент осознанно транслирует определенные смыслы, формируя целостный образ заведения.

Методология анализа опирается на процедуру декодирования семиотических кодов, интегрируя методы включенного наблюдения, семиотического картирования и контент-анализа визуальных элементов. В процессе картирования интерьер ресторана рассматривается как «семиотическая карта», где каждый объект (от архитектурного плана до текстуры салфетки) получает координаты в системе «денотат – коннотат», позволяя выявить как буквальное значение знака, так и его культурные, эмоциональные обертоны. Дополнительно, контент-анализ визуальных элементов, включающий подсчет повторяющихся паттернов и фиксацию цветовых доминант, предоставляет количественную базу для качественных выводов. Комплексное применение этих методов, основанное на принципах структурализма Р. Барта, превращает субъективный взгляд дизайнера в верифицируемую исследовательскую процедуру, выявляющую, как именно среда кодирует сообщение о статусе заведения или типе кухни.

Для практической реализации анализа создается оценочная матрица – инструмент, позволяющий измерить согласованность знаковых систем с концепцией заведения и их влияние на восприятие бренда и гастрономического опыта. Матрица включает шкалы для оценки каждого из трех типов знаков (иконические, индексальные, символические) по параметрам: релевантность концепции, эмоциональная насыщенность и когерентность (связность) на предмет отсутствия визуальных противоречий. Качественный анализ дополняется количественной балльной оценкой, где дизайнер или исследователь присваивает каждому элементу (например, типу освещения или материалу пола) вес по единой шкале от 1 до 5, что позволяет создать профиль интерьера. Применение такой матрицы трансформирует интуитивное ощущение «стильного» или «аутентичного» пространства в объективную семиотическую карту, показывающую, насколько дизайн соответствует заявленным ценностям и способствует формированию запланированного гастрономического опыта.

На основе разработанной семиотической модели анализа интерьера ресторана первым этапом интеграции знаковых кодов является выбор доминирующего семиотического вектора. Дизайнеру необходимо определить ключевое знаковое сообщение, которое будет транслировать концепция заведения, будь то аутентичность, роскошь или инновационность. Выбранный код должен последовательно реализовываться во всех элементах пространства: от планировки и зонирования до выбора материалов и их текстур. Только согласованное применение знаковых систем во всех компонентах интерьера обеспечивает целостность восприятия и эффективную передачу заложенного смысла.

Для усиления бренда через интерьер следует целенаправленно использовать цвет, форму, освещение и декоративные элементы в качестве носителей брендовой идентичности. Цветовая палитра может отражать корпоративные цвета или ассоциации с ключевыми ценностями, а формы мебели и декора — транслировать характер бренда, например, динамику или стабильность. Световые сценарии способны выделять брендированные зоны и создавать эмоциональные акценты, укрепляя связь с целевой аудиторией. Комплексное применение этих инструментов формирует узнаваемый образ ресторана, который запоминается гостям и ассоциируется с определёнными эмоциями.

Обогащение гастрономического опыта достигается синхронизацией семиотических кодов интерьера с подачей блюд и общей атмосферой. Создание «смысловых акцентов», таких как открытая кухня, символизирующая свежесть и прозрачность процессов, позволяет усилить вкусовое восприятие через визуальные знаки. Пространственные сценарии, включающие последовательное раскрытие смыслов при перемещении гостя, могут дополнять дегустацию новыми ощущениями. Таким образом, многоуровневое семиотическое кодирование интерьера становится

неотъемлемой частью гастрономического опыта, превращая приём пищи в целостное мультисенсорное событие.

В рамках разработанной семиотической модели был проведен анализ интерьера ресторана высокой кухни, основанного на принципах классической эстетики и пафоса. Центральным элементом знаковой системы выступает доминирование символических кодов: обилие лепнины, колонн, тяжелого мрамора и позолоты служит прямым знаком причастности к элитарной культуре, транслируя статус, традиции и эксклюзивность заведения. Вместе с этим, значимую роль играет использование индексальных знаков, главным из которых является открытая витрина с винтажными бутылками, покрытыми пылью: она выступает как материальный след времени и подлинности, надёжно подтверждая аутентичность кулинарных традиций и профессионализм сомелье. Подобное сочетание кодов работает на создание стабильного и предсказуемого образа роскоши, где каждое окружение негласно гарантирует высочайший уровень сервиса и безупречный вкус, формируя у гостя чувство причастности к избранному кругу. Таким образом, интерьер становится пространством, где семиотические элементы — от мрамора до выдержанного вина – не просто декорируют, а активно участвуют в конструировании социального статуса ресторана, превращая его в храм гастрономии, доступный лишь посвящённым.

Диаметрально противоположную семиотическую стратегию демонстрирует интерьер ресторана быстрого обслуживания с региональной концепцией, где во главу угла поставлены ценности доступности, динамики и «свойскости». Ключевыми инструментами здесь выступают иконические знаки: стилизованные, узнаваемые изображения местных продуктов (например, уральских пельменей, сибирских ягод или дальневосточной рыбы) на стенах и в оформлении служат мгновенно считываемым кодом, апеллирующим к региональной идентичности и ностальгии. Существенную нагрузку несёт и открытая кухня, которая выступает мощным индексальным знаком, в буквальном смысле демонстрируя процесс приготовления пищи: видимость плит, пара и поваров индексирует быстроту, свежесть и прозрачность, рождая доверие и подкрепляя обещание быстрого сервиса. Такая визуальная политика последовательно разрушает формальность, создавая атмосферу искреннего дружелюбия и демократичности, что позволяет бренду успешно позиционировать себя как «своего» для широкой аудитории. В итоге, через систему иконических и индексальных знаков удаётся не только построить сценарий быстрого и качественного потребления, но и эмоционально привязать гостя к локальному колориту и бренду, делая его частью регионального сообщества.

Проведенное исследование подтвердило исходную гипотезу о том, что семиотический подход является ключевым для системного анализа и

проектирования интерьеров ресторанов, напрямую влияя на восприятие заведения посетителями. Разработанная в третьей главе семиотическая модель анализа позволяет не просто оценивать отдельные элементы, но и выявлять их комплексное соответствие концепции бренда, что было продемонстрировано на примере кейс-стади успешных российских ресторанов. Тем самым была решена проблема отсутствия системного подхода, обозначенная во введении, и достигнута цель по выявлению и систематизации семиотических элементов.

Список использованных источников

1. Богданова М. А., Печенкина М. О., Попов Д. Г. Маскоты как инструмент позиционирования на рынке общественного питания Санкт-Петербурга //Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2024. – Т. 10. – №. 4. – С. 113–127.

2. Бондаренко И. И. Влияние традиционного стиля и моды на синтез искусств в интерьере //Синтез искусств в проектировании среды: материалы VI (I) Международной. – 2025. – С. 7.

3. Гаврилова М. Ю., Гаврилов А. М. Преобразование общественных пространств на основе символической интерпретации элементов городской среды // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. ВГ Шухова. – 2021. – №. 9. – С. 56–63.

4. Грушевская В.Ю. Национальные культурные коды в айдентике российских брендов: между глобальными трендами и локальной идентичностью // Динамика медиасистем. – 2026. – №1. – С. 30–34.

5. Гурьянова Г.Г., Фролов Д.А. Семиотическое дискурсивное моделирование в современной культуре: индивидуальная позиция или необходимое условие // Культура и цивилизация. – 2020. – №2. – С. 35–44.

6. Заева-Бурдонская Е.А., Назаров Ю.В. «Про свет» в дизайне среды. Взгляд педагога // Светотехника. – 2018. – №6. – С. 66–70.

7. Кукенков В.И. Эргономика и организация пространства интерьера // Эргодизайн. – 2020. – №1. – С. 38–41.

8. Кучеренко, М. С. Значение цвета в среде обитания человека / М. С. Кучеренко // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2018. – С. 171–176.

9. Латыпова М.С. Семантический подход к проектированию открытых городских общественных пространств в районах жилой застройки (на примере Республики Татарстан) // Известия КГАСУ. – 2023. – №4. – С. 109–119.

10. Любинская Е., Тулук Т. Использование формы и цвета для отображения эмоций и характера в графическом дизайне // Conferinţa Tehnico-Ştiinţifică a Studenţilor, Masteranzilor şi Doctoranzilor, Universitatea Tehnică a Moldovei. – Кишинёв, 2025. – С. 353–357.

11. Онуприенко К.А. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Семиотика СМИ». – Ульяновск: УлГУ, 2019.

12. Паллотта В.И., Сичкарь Т.В. Семиотический аспект в дизайне логотипов и товарных знаков // Костюмология. – 2019. – №3. – С. 1–5.

13. Тимофеев М.Ю. Псевдосоветский общепит как империя знаков: системно-семиотический анализ. Часть 1. Артефакты // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. – 2012. – №4. – С. 39–43.

14. Фёдорова А.В. Фактура как выразительное средство художественного решения интерьеров // Архитектурно-строительный комплекс: проблемы, перспективы, инновации. – 2026. – С. 31–35.

15. Хотяшева О.М., Исмунц Э.С. Ресторан flaner: возрождение концепции на чистых прудах // Бизнес-кейсы: менеджмент и маркетинг. – 2025. – №4. – С. 6–13.

16. Чуаньхуа Ч., Смирнов А. В. Репрезентация культурных символов в тематических ресторанах с точки зрения троичной знаковой системы отношения пирса //Сервис plus. – 2024. – Т. 18. – №. 4. – С. 74-83.

© Графова К.В., 2026
© Марченко М.Н., 2026

А. Д. Даниленко,
студентка
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

А. Е. Валуева,
доцент
кафедры дизайна,компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩАЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ЧЕЛОВЕКА

В статье раскрывается тема зарождения и развития искусственного интеллекта, а также вопрос его определения и главной задачи в настоящее время. В результате исследования будет сделан вывод о том, каким образом и в каких целях появился искусственный интеллект. Целью данной работы служит изучение истории, определения, главной задачи и основных направлений Искусственного интеллекта. Чтобы

достигнуть эту цель , были поставлены задачи найти и изучить историю зарождения Искусственного интеллекта как науки, его определение, задачи и основные направления исследования в данной сфере.

Ключевые слова: искусственный интеллект, история, наука, разум, исследования, теория.

Искусственный интеллект – это способность компьютерной системы решать задачи, для которых обычно требуется человеческий разум [1]. Искусственный интеллект способен на революцию в разных отраслях, позволяя машинам решать сложные задачи и мыслить интуитивно, выходя за границы простой автоматизации [2]. Сам термин имеет значение «умение рассуждать разумно». Тем самым искусственный интеллект способен помогать людям в различных отраслях.

Задача искусственного интеллекта состоит в создании самообучающихся систем, которые извлекают смысл из данных. Затем искусственный интеллект может использовать эти знания для решения новых задач подобно человеку.

История зарождения Искусственного интеллекта начинается с имени средневекового философа, математика и поэта Раймунда Луллия, который еще в 13 веке попытался породить механическую машину, решающую различные задачи. Но окончательное рождение Искусственного интеллекта как науки произошло после создания Электронно-вычислительной машины в 40-х годах 20 века, а также выпуска Норбертом Винером основ новой науки – кибернетики.

Формирование Искусственного интеллекта как науки произошло в 1956 году.

Одним из основателей теории искусственного интеллекта считается известный английский ученый Алан Тьюринг, который в 1950 опубликовал статью «Вычислительные машины и разум». Именно в ней описывается эксперимент Тьюринга, позволяющий оценить интеллектуальность компьютера по его навыкам к осмысленному диалогу с человеком.

К основным направлениям исследований в области Искусственного интеллекта относятся: представление знаний, манипулирование знаниями, восприятие и общение, обучение, поведение, разработка аппаратного и программного обеспечения интеллектуальных информационных систем [3].

Представление знаний позволяет решать задачи, связанные с формализацией и представлением знаний. Для этого разрабатываются специальные модели представления знаний и языки для их описания, а также определяются источники, из которых черпаются знания [3].

Благодаря манипулированию знаниями создаются методы правдоподобного вывода на основе имеющихся знаний и предлагаются модели рассуждений, имитирующих своеобразие человеческих

рассуждений.

Восприятие и общение. В это направление входят вопросы распознавания, понимания и синтеза сопряженных текстов на естественном языке, зрительных образов.

Обучение предполагает, что Искусственный интеллект подобно человеку должен быть способен к обучению – урегулированию задач, с которыми раньше они не сталкивались

Поведение. Искусственный интеллект обязан работать в некоторой окружающей среде, для чего необходимо разработать специальные поведенческие процедуры, которые позволили бы ему нормально взаимодействовать с другими информационными системами, человеком и средой [3].

Разработка аппаратного и программного обеспечения интеллектуальных информационных систем. В рамках этого направления создаются средства для разработки самого Искусственного интеллекта, компьютеров, ориентированных на проработку символьной информации, интеллектуальных роботов и т.д. [3].

Таким образом мы можем сделать вывод о том, что идея зарождения Искусственного интеллекта появилась еще очень давно, а именно в 13 веке. В наше время искусственный интеллект позволяет решать многие задачи машинного характера, помогая людям в различных сферах деятельности. Тем не менее Искусственный интеллект остается достаточно новой и сложной технологией. Чтобы полностью раскрыть ее потенциал, чтобы создавать и применять решения на основе Искусственного интеллекта, необходим высокий уровень квалификации [4].

Список использованных источников

1. Базы знаний интеллектуальных систем / Т. А. Гаврилова, В. Ф. Хорошевский. – СПб.: Питер, 2001. – 267 с.

2. Искусственный интеллект: Что это такое, как он работает и почему он важен [Электронный ресурс]. – URL: https://www.iso.org/ru/artificial-intelligence.

3. Основные направления исследований в области Искусственного интеллекта [Электронный ресурс]. – URL: https://sites.google.com/site/anisimovkhv/learning/iis/lecture/tema2.

4. Гафаров, Ф. М. Искусственные нейронные сети и приложения: учеб. пособие / Ф. М. Гафаров, А. Ф. Галимянов. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2018. – 112 с.

© Даниленко А.Д., 2026
© Валуева А.Е., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

УДК 378. 14

О. Д. Данилюк,
Н. И. Барсукова,
Национальный институт дизайна,
г. Москва, РФ

ИНТЕГРАЦИЯ ИГРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ: ОТ УЧЕБНОГО ПРОЕКТА К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ

В статье рассматриваются игровые сценарии, проектные симуляции, ролевое распределение и элементы геймификации как способы сближения учебного дизайн-проекта с условиями профессиональной деятельности. Особое внимание уделяется тому, как игровые ограничения, работа с условным заказчиком и командное взаимодействие меняют характер проектного задания.

Ключевые слова: дизайн-образование, игровые технологии, геймификация, учебный проект, профессиональная практика, проектное обучение.

INTEGRATION OF GAME BASED TECHNOLOGIES IN DESIGN-EDUCATION: FROM ACADEMIC PROJECT TO PROFESSIONAL PRACTICE

O.D. Danilyuk
Academic Supervisor N. I. Barsukova
National Institute of Design

The article examines the use of game-based technologies in design education and their impact on the learning process. It analyzes key forms of implementation and their role in the transition from academic projects to professional practice. Limitations related to formalization and implementation conditions are also discussed. The conclusion highlights the importance of integrating game-based methods into educational programs.

Keywords: design education, game-based learning, gamification, academic project, professional practice, project-based learning.

Подготовка дизайнеров в системе высшего образования, как правило, выстраивается вокруг выполнения учебных проектов, в рамках которых последовательно осваиваются профессиональные инструменты и методы. Такая логика обучения позволяет сформировать необходимую базу, однако

учебная среда в упрощенном виде воспроизводит условия будущей деятельности. В реальной практике дизайнер работает с внешними ограничениями, взаимодействует с заказчиком и командой, принимает решения в ситуации неопределенности. В дизайн-образовании этот разрыв особенно заметен на этапе перехода от учебной композиционной или проектной задачи к работе с брифом, заказчиком, ограничениями бюджета, сроков и командной коммуникацией. В поиске способов преодоления этого разрыва внимание исследователей и преподавателей обращается к игровым технологиям. В образовательном контексте они понимаются как особая форма организации деятельности, в которой учебная задача приобретает структурные признаки игры: наличие цели, правил, ролей и системы обратной связи. Такой подход дает возможность моделировать ситуации, приближенные к профессиональной практике, и тем самым изменять характер участия обучающихся в учебном процессе [3].

В дизайн-образовании игровые технологии используются в различных форматах, включая проектные симуляции, ролевые сценарии и элементы геймификации в рамках отдельных заданий. Их применение связано с попыткой перенести в учебную среду характеристики реальной проектной работы: работу с брифом, учет ограничений, распределение функций внутри команды. При этом в научной литературе отмечается, что влияние игровых подходов на формирование профессиональных компетенций остается неоднозначным и требует более детального рассмотрения. Рассмотрение игровых технологий в контексте дизайн-образования задает иной ракурс анализа соотношения учебного проекта и профессиональной практики. В этом смысле они могут выступать не только как средство повышения вовлеченности студентов, но и как инструмент, способный изменить структуру образовательного процесса и характер формируемых навыков.

Обращение к игровым формам обучения имеет длительную традицию и связано с представлением об активности как необходимом условии усвоения знаний. В логике контекстного подхода А.А. Вербицкого учебная деятельность должна включать элементы будущей профессиональной ситуации. Поэтому игровые технологии в дизайн-образовании можно рассматривать не как развлекательное дополнение, а как способ контекстного моделирования проектной среды. Игровые технологии занимают промежуточное положение между учебной и профессиональной деятельностью, поскольку воспроизводят отдельные элементы реальных практик в условной среде. В современной образовательной практике понятие игровых технологий используется в нескольких значениях. С одной стороны, речь идет о полном включении учебной деятельности в игровую форму, когда процесс обучения строится как система заданий, объединенных общим сценарием. С другой стороны, распространение получила геймификация, предполагающая внедрение отдельных игровых

элементов в неигровой контекст. К таким элементам относятся система баллов, уровней, достижений и соревновательных механизмов. Их использование направлено на изменение структуры мотивации и поддержание устойчивого интереса к учебной деятельности [4].

С точки зрения педагогики, значимость игровых технологий определяется их способностью усиливать внутреннюю мотивацию. В отличие от внешнего стимулирования, связанного с оценкой или контролем, игровая среда предполагает вовлеченность за счет самой структуры процесса, в которой результат зависит от действий участника и воспринимается как личностно значимый. Это особенно важно в условиях творческих дисциплин, где формирование навыков связано не только с усвоением правил, но и с развитием инициативы, способности к эксперименту и принятию решений [3]. Для дизайн-образования данный аспект приобретает особое значение. Проектная деятельность, лежащая в основе подготовки дизайнеров, уже содержит элементы неопределенности, вариативности и оценки результата в контексте задачи. Игровые технологии в этом случае не столько вводят новые принципы, сколько позволяют структурировать существующий процесс и сделать его более приближенным к условиям профессиональной практики. За счет этого формируется пространство, в котором студент может опробовать различные стратегии решения задач без риска, связанного с реальными проектами.

Применение игровых технологий в подготовке дизайнеров не ограничивается единым форматом и варьируется в зависимости от задач курса, уровня подготовки студентов и специфики дисциплины. На практике можно наблюдать несколько устойчивых форм их использования, каждая из которых по-своему влияет на структуру учебного процесса и характер выполняемых заданий. Например, задание по разработке айдентики может быть организовано как сценарий с несколькими раундами: получение первичного брифа, уточнение требований «заказчика», появление нового ограничения по срокам или носителям, защита решения перед группой. В этом случае задание оформляется как последовательность этапов с заданными условиями, ограничениями и промежуточными результатами. Студент оказывается включенным в процесс, где важна не только финальная работа, но и логика прохождения этапов. Такая организация позволяет сместить внимание с отдельного результата на процесс принятия решений и их обоснование. Другой вариант связан с использованием симуляций и кейсов, воспроизводящих реальные профессиональные ситуации. В отличие от традиционных учебных задач, здесь вводится дополнительный слой условий: ограничения по времени, требования заказчика, изменяющиеся вводные данные. Подобные задания могут включать элементы неопределенности, когда часть информации раскрывается по ходу работы. Это создает более сложную среду, в которой студенту приходится адаптироваться и пересматривать выбранные

решения.

Отдельное место занимают командные форматы, в которых учебная деятельность организуется через распределение ролей. Участники проекта берут на себя функции, соответствующие различным этапам работы: исследование, разработка концепции, визуализация, презентация. Игровая составляющая здесь проявляется в заданных правилах взаимодействия и ответственности за конкретный участок. Такой подход выявляет зависимость общего результата от согласованности действий внутри группы. Также частью игровых практик становятся цифровые инструменты. Использование игровых движков, интерактивных платформ и специализированных программных сред расширяет возможности моделирования. Студенты получают доступ к инструментам, которые применяются в индустрии, и одновременно работают в формате, предполагающем эксперимент и проверку гипотез. Это создает условия для более гибкого освоения технологий и их осмысленного использования. Перечисленные формы не существуют изолированно и часто комбинируются в рамках одного курса. Их объединяет стремление изменить характер учебного задания, приблизив его к структуре реальной проектной деятельности [1]. За счет этого формируется опыт, в котором важны не только знания и навыки, но и способность действовать в заданных условиях, учитывать ограничения и взаимодействовать с другими участниками процесса.

Использование игровых технологий в дизайн-образовании открывает ряд возможностей, например: по-новому выстроить связь между учебной задачей и условиями будущей работы. В отличие от традиционного формата, где результат оценивается преимущественно как завершенный продукт, игровые модели фиксируют внимание на процессе принятия решений и их последствиях. Это смещает акцент с демонстрации навыков на их применение в заданных условиях [5].

Работа в игровом формате меняет само содержание учебной деятельности. Ограничения, которые в обычных заданиях часто носят формальный характер, начинают влиять на ход проекта: задаются сроки, уточняются требования условного заказчика, вводятся рамки по ресурсам. Параллельно выстраивается взаимодействие внутри команды, где результат зависит не только от индивидуального уровня, но и от согласованности действий. Участники распределяют функции, договариваются о решениях и несут ответственность за отдельные этапы. Дополнительное усложнение возникает за счет изменения исходных условий по ходу работы, когда новые вводные требуют пересмотра уже принятых решений. В таких ситуациях формируется навык адаптации и умение работать с неполной информацией. Обратная связь здесь встроена в сам процесс: последствия действий становятся видны на каждом этапе, что позволяет соотносить принятые решения с текущим результатом без ожидания итоговой оценки. Исходя из

этого следует, что игровые технологии позволяют приблизить учебный проект к структуре профессиональной практики за счет включения ограничений, командного взаимодействия и изменяемых условий. Это создает пространство, в котором формируются не только отдельные навыки, но и опыт их применения в ситуации, близкой к реальной деятельности.

Несмотря на ряд преимуществ, использование игровых технологий в дизайн-образовании сталкиваются с рядом устойчивых ограничений. Наиболее заметное из них связано с формализацией: игровая форма используется как оболочка, при этом логика учебного задания остается прежней. В таком случае эффект от внедрения игровых элементов минимален. Формальный риск особенно заметен, когда баллы, рейтинги или бейджи добавляются к заданию механически и не связаны с логикой проектного решения. В этом случае студент начинает выполнять «игровые» условия отдельно от профессиональной задачи, а не через нее. Проблемой также становится разный уровень вовлеченности студентов. Для части группы игровой формат оказывается продуктивным, для других – воспринимается как искусственный и отвлекающий от содержания задания. Это требует более точной настройки заданий и объяснения их структуры [7]. Отдельно стоит вопрос затрачиваемых ресурсов среди кадрового состава образовательной организации. Создание полноценных игровых сценариев требует времени и методической подготовки, что не всегда возможно в рамках стандартной учебной нагрузки.

Перспективы развития связаны с усилением связи с профессиональной средой: использованием реальных брифов и участием внешних заказчиков. Также меняется роль преподавателя – он смещается в сторону модератора процесса, который управляет логикой задания, а не только передает знания. В результате игровые технологии постепенно переходят от экспериментального инструмента к элементу учебной системы, но их эффективность зависит от того, насколько они встроены в реальную структуру обучения, а не добавлены формально.

Игровые технологии в дизайн-образовании постепенно переходят из категории вспомогательных приемов в устойчивый инструмент организации учебного процесса. Их ценность определяется не самим фактом использования игровых элементов, а тем, как они влияют на структуру задания и поведение студентов в процессе работы. Включение игровых механизмов позволяет точнее воспроизводить условия проектной деятельности, где результат зависит от последовательности решений, взаимодействия участников и реакции на изменяющиеся вводные. Это делает учебный процесс менее линейным и более приближенным к реальной практике. Важно отметить, что эффективность таких подходов зависит от качества их интеграции в образовательную программу. Формальное использование игровых элементов не приводит к существенным изменениям в подготовке, тогда как продуманная

методическая структура задействует их потенциал в полном объеме.

Таким образом, игровые технологии можно рассматривать как один из рабочих инструментов современного дизайн-образования, который усиливает связь между учебными заданиями и профессиональной деятельностью при условии их осмысленного применения.

Список использованных источников

1. Барсукова Н.И. Среда как проектная категория // Дизайн-образование: преемственность и динамика : материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Оренбург: ОГУ, 2023. – С. 76–81.

2. Тарасов А.Н., Беляев Д.А. Трансформация феномена видеоигр: от гедонистического к актуальному социокультурному нарративу // Теория и практика общественного развития. –2023. – № 6 (182). – С. 53–59.

3. Вербицкий А. А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход. – Москва : Высшая школа, 1991.

4. Каптерев А.И. Информатизация социокультурного пространства. – Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 507 с.

5. Кубеков, Б. С., Кривицкий, В. А., Науменко, В. В. Геймификация в современном образовании. Возможности применения. Преимущества и недостатки // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. – 2015. – № 7-9. – С. 74–77.

6. Дьяконов Б. П. Геймификация в асинхронном образовательном процессе // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2016. – Т. 8, № 1/1. – С. 143–147.

7. Борзенко А. А. Игра как средство повышения мотивации в обучении // European research. – 2016. – № 3(14). – С. 79–81.

© Данилюк О.Д., 2026
© Барсукова Н.И., 2026

С. В. Дейнека,
преподаватель кафедры «Дизайн и конструирование
изделий лёгкой промышленности»
Донского государственного технического университета, ИКИ,
г. Ростов-на-Дону, РФ

МУЗЕЙНАЯ ПРАКТИКА В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ СТУДЕНТОВ ДИЗАЙНЕРОВ

В статье рассматриваются роль музея в образовательном процессе студентов-дизайнеров. Предлагается внедрить в рабочую программу посещение музеев и выставок. Тесная взаимосвязь между музейной институцией и учебным заведением позволит получить взаимовыгодный результат. Проектируемый музей Искусств юга России – МИЮР, может стать культурно образовательным центром, способствующим культурному обогащению и практическому применению знаний студентов дизайнеров.

Ключевые слова: музейная практика, дизайн, музей, дизайн образование.

Музейная практика в вузах художественной направленности является неотъемлемой частью учебного процесса. Первый в стране творческий вуз, который готовил специалистов в изобразительной сфере, была Академия художеств, основанная в 1757 году в Санкт-Петербурге по указу Елизаветы Петровны. Музей при Академии, в основу которого была положена собственная коллекция уникальных предметов искусства первого президента Академии А. А. Шувалова, выполнял учебную роль. В учебный план студентов было включено создание гравюр и копий.

С появлением в нашей стране в 1990–2000-е годы новых образовательных программ по направлению «Дизайн», ориентированных на международные стандарты и междисциплинарный подход в дизайне, многие вузы продолжили применять музейную практику.

По данным на 2026 год, по информации сайта ПроВуз, в России 366 вузов с бакалавриатом по направлению «Дизайн», а специальность «Графический дизайн» доступна в 85 вузах [1]. Проведение практик предусмотрено стандартом высшего профессионального образования. Такие дисциплины, как «Композиция», «Цветоведение», «Живопись», «Рисунок», «История искусств» логически связаны с музейной практикой. Она позволяет закрепить знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна. Произведения искусства и дизайна можно рассматривать в широком культурно-историческом контексте и в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода.

Как правило, прохождение музейной практики предусмотрено в музеях города. Для студентов ДГТУ, ИКИ (Института Креативных Индустрий) – это музей РОМИИ, Ростовский областной музей изобразительных искусств; Ростовский областной музей краеведения; Музей Современного Изобразительного Искусства на Дмитровской, а также музеи Ростовской области. Отдельно хочется отметить проектируемый Музей Юга России – МИЮР, в котором на одной выставочной площадке будут представлены различные виды искусств, объединенные определяющим признаком художественного стиля – декоративностью. Музей МИЮР может транслировать стратегию сохранения культурной идентичности – страны, нации, города. И не только будет закреплять профессиональные навыки студентов, но и обеспечивать духовно-эстетическую наполненность личности. Согласно исследованиям А.А. Брудного в области философской герменевтики, текстами культуры могут быть не только философские и культурологические тексты, а также произведения искусства [2]. Такие тексты имеют воспитательную функцию, а их понимание есть одновременно понимание человеком самого себя.

Предлагается рассмотреть возможность образования вузовского музея ИКИ (Института креативных индустрий) при ДГТУ (Донском техническом университете) города Ростова-на-Дону, используя проект МИЮР. Современные музеи выбирают новые формы взаимодействия с посетителями через проектирование экспозиций, в том числе. Музейная экспозиция, подобно любому художественному произведению, не преподносит готовых знаний, а стимулирует ассоциации, формирует образы, мысли и эмоции, способствуя обогащению культурного опыта как создателей экспозиции, так и её посетителей. Музейная экспозиция представляет собой сформировавшийся или находящийся в процессе становления вид искусства, обладающий собственными законами и закономерностями построения художественной формы [3, 4]. В проектируемом музее МИЮР была разработана концепция взаимодействия экспонатов с инсталляциями, определяющая три формы взаимодействия с выставочными экспонатами [5]. Свежий взгляд студентов-дизайнеров, как профессионалов с одной стороны, так и потенциальных посетителей, с другой стороны, поможет способствовать рождению новых нестандартных решений в оформлении экспозиций.

Еще одним немаловажным фактором в пользу культурологического аспекта музея МИЮР является его позиционирование, как комплекса. Как отмечает Н. И. Барсукова, современные музеи — это экосистемы, сочетающие культурно-образовательные, рекреационные и спортивные функции. Их концепция включает создание привлекательных зданий с использованием современных решений и интеграцию в природную среду. [6]. Ландшафтная территория музея даст возможность проводить мероприятия, выходящие за стены музея.

Музейная практика позволит наладить тесную связь между музеем и вузом. Совместные проекты откроют новые возможности для профессионального роста.

Целью для студентов является повышение своих профессиональных компетенций, а именно:

– закрепление знаний, полученных в институте по базовым предметам;

– получение навыков конструктивного анализа экспозиций музеев, понимание концептуальных решений музея;

– воспитание художественного вкуса и любви к прекрасному.

В результате прохождения практики студенты-дизайнеры могут быть полезны и музею:

– поучаствовать в разработке концепции и эскизном оформлении экспозиции, запланированных на определенный период выставок;

– разработать графическое сопровождение выставок (афиши, плакаты, листовки, каталоги) или собрать материал для дальнейшей работы в семестре;

– помочь научным работникам музея в работе с Госкаталогом.

Научиться правильно «читать» картины, применяя метод Визуального мышления – важная задача для студентов-дизайнеров. Этот метод позволит лучше усвоить материл, структурировать ход мыслей и работать над улучшением качества речи [7]. Студенты смогут не только сами освоить этот метод, но и поучаствовать в разработке мастер-классов, квестов и арт-медиаций.

Таким образом сотрудничество вуза и музея принесет практическую пользу не только студентам, но музею. А посещение его в течении семестра позволит обучающимся через атмосферу музея и подлинные произведения искусств закрепить знания, полученные на дисциплинах «Композиция», «Цветоведение», «Живопись», «Рисунок», «История искусств», «Проектирование в дизайне», «Искусство плаката», «Дизайн книги». Несомненно, современные подходы в образовательном процессе и появление новых культурных центров будут способствовать развитию и культурному обогащению общества.

Список использованных источников

1. ПроВуз – отраслевой портал. – URL: https://provuz.ru/vuz/?spec=54.03.01

2. Брудный А.А. Психологическая герменевтика. – Москва : Лабиринт, 1998. – 336 с.

3. Розенблюм Е.А. Время и пространство в музейной экспозиции. // Музееведение: На пути к музею XXI века: Музейная экспозиция: сборник научных трудов РИК. – Москва, 1997. – С.181.

4. Розенблюм Е.А. Искусство экспозиции // Музейное дело в СССР:

Актуальные проблемы архитектурно-художественного проектирования экспозиций исторических и краеведческих музеев. Сб. науч.тр. / ЦМР СССР – Москва, 1983. – С. 23.

5. Дейнека, С.В., Аристова, С.Л. Роль инсталляции в современном выставочном пространстве на примере создания музея искусств МИЮР // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2024. – С. 96–100.

6. Фомина Э.В., Барсукова Н.И. Музей как экосистема: синтез архитектуры, дизайна и ландшафта в музейном проектировании // Урбанистика. – 2024. – № 4. – С. 49–63.

7. Барсукова Н.И., Дейнека С.В. Формирование визуального мышления у студентов-дизайнеров на дисциплине «Живопись» / Вопросы современного дизайн-образования. Монография. – Чебоксары, 2024. – С. 127–136.

© Дейнека С.В., 2026

О. В. Джамирзе,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Н. Марченко,
д-р пед.наук, профессор, заведующая кафедры дизайна,
компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ ДЕЛОВЫХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ

В статье раскрывается такое понятие как «деловые периодические издания». Рассматриваются их особенности и основные отличия от других носителей.

Ключевые слова: деловые издания, коммуникации, графический дизайн, газеты, исследования, целевая аудитория.

В современном мире информация стала одним из важнейших ресурсов, а скорость и качество ее получения очень важны при принятии

управленческих решений. Деловые издания является источником профессионального анализа, который обеспечивает достоверность и актуальность передаваемой информации. При чрезмерном объеме информации и высокой конкуренции важен не только элемент контента, но и эстетическая дизайн-производительность, который помогает формировать поток данных, делая его легкодоступным и запоминающимся. Поэтому изучение аспектов дизайна деловых изданий стало особенно важным: правильный дизайн помогает повысить эффективность общения, повысить профессиональное доверие и имидж издателей и их аудитории. В современном деловом мире, где скорость и точность информации обеспечивают конкурентное преимущество, интеллектуальный дизайн стал жизненно важным инструментом информационной политики и маркетинга. [1].

Дизайн-проектирование деловых периодических изданий – это комплексный и многогранный процесс, требующий сочетания теоретических знаний и практических навыков. Эффективная визуальная коммуникация способствует развитию делового имиджа, укреплению доверия и повышению эффективности информационных сообщений. Адаптация к современным технологиям и трендам является залогом успеха в создании привлекательных и функциональных деловых изданий.

Дизайн журналистских сообщений и дизайн рекламных посланий весьма схожи по своим задачам и используемым средствам. Однако между ними все-таки есть ряд существенных отличий, которые обусловливаются разностью их функционального назначения. К примеру, в книжном дизайне на первом месте, как правило, стоит художественное начало, на газетной полосе утилитарная задача опережает эстетическую, в рекламном же тексте сложное взаимодействие утилитарного и эстетического определяется не только конкретной коммуникативной, но и коммерческими целями данной рекламной акции [2].

Рекламные дизайнеры чаще всего стремятся к простоте и лаконизму организации пространства листа: ведь коммерческая информация, направленная на широкую аудиторию, должна усваиваться реципиентом быстро и легко. Данный вид дизайна отличает больший динамизм, оригинальность, нежели верстка редакционных материалов. Рекламисты более свободно подходят к выбору выразительных средств, стремясь заинтересовать аудиторию. Газетный дизайн должен быть незаметным. Качество оформления в нем ничего не стоит, если оно не выражает информацию быстро и полностью. У читателей нет ни времени, ни желания, ни терпения преодолевать дизайнерские ухищрения для извлечения информации. Работа газетных дизайнеров как раз и состоит в том, чтобы облегчить жизнь читателей, а не затруднить. Отлично выполненный дизайн способствует более легкому чтению и пониманию [2]. Кроме того, качественный газетный дизайн поддерживает высокие стандарты в

оформлении рекламы. Чистый и приведенный в порядок дизайн газеты имеет большую экономическую значимость для газет, конкурирующих из-за читателей и рекламодателей. Деловое издание обладает собственным отличительным признаком – доминированием в содержании именно деловой, актуальной для развития бизнеса и рыночной экономики, информации. Последняя может быть передана посредством публикации как журналистских, так и статистических, рекламно-информационных, законодательных и прочих материалов.

Основной характеристикой делового издания является целевое читательское назначение. В то время как массовые издания универсальные типа играют важную роль в ориентации читателя в обществе, специализированные деловые издания служат интересам конкретной целевой аудитории с дополнительной информацией, направленной на их профессиональные интересы в различных сферах жизни. Ценность деловых изданий – это оценка и выбор фактов. Дизайн деловых изданий довольно специфичен: они должны быть заметными, прозрачными, полностью подчиненными содержанию и в то же время довольно динамичными и элегантно изменяющимися. Наконец, дизайн должен быть современным, то есть систематическим, концептуальным, логичным и регулярным. Анализ и оптимизация структуры публикации позволили приблизиться к выбору особенностей дизайна.

Пропорции. Контраст пропорций определяет не только динамичность композиции, но и во многом ее экспрессивность. Повышение контрастности свидетельствует о повышении экспрессии дизайна и самого издания в целом. Газеты, использующие сверх контрастные пропорции, незаметно для себя начинают терять контроль над формой. Модульная сетка в отличие от сетки типографской – активная структурирующая основа. Поэтому макетирование может производиться только в соответствии с принципами модульной графики. Типовые макеты окажут помощь ответственному дизайнеру на первых этапах внедрения сетки.

Цедесообразно ограничивать использование цвета на полосах (в иллюстрациях, подложках, крупных заголовках и других элементах). Деловые периодические издания играют важную роль в информационном пространстве бизнеса, предоставляя руководителям, специалистам и инвесторам актуальные новости, аналитические материалы и отчеты. При этом ключевым аспектом их эффективности является дизайн, который обеспечивает удобство восприятия и восприятия информации. В отличие от развлекательных и массовых журналов, дизайн деловых изданий характеризуется рядом специфических особенностей, обусловленных потребностями целевой аудитории и задачами публикации. Большинство деловых изданий сознательно не покидают ареал классической типографики. Уже отмечалось, что основная задача делового дизайна – быть незаметным, точным, контентным. Лучше всего этому отвечает

классическая эстетика. Вот почему на страницах этих изданий скорее можно почувствовать классический дух типографики, приправленный оправданными приемами новаторской эстетики. Одной из важнейших характеристик дизайна таких изданий является структурированность информации и логичная навигация по контенту. Страницы оформляются с использованием четких разделителей, заголовков и подзаголовков, что способствует быстрому ориентированию читателя в большом объеме данных. Группировка материалов в тематические блоки и применение таблиц, графиков и диаграмм помогает не только структурировать материал, но и делать его более понятным, особенно при работе с аналитическими данными [1].

Типографика в деловых изданиях ориентирована на максимальную читаемость. Обычно применяются строгие шрифты без засечек, такие как Arial или Helvetica, хорошо читаемые даже при чтении в течение длительного времени. Размер шрифта и межстрочные интервалы тщательно подобраны для минимизации утомляемости глаз, а цветовая палитра преимущественно restrained – используются классические оттенки, такие как черный, серый и голубой. Такой подход подчеркивает профессиональный и серьезный стиль издания.

Важной особенностью дизайна является минимализм и лаконичность. Избегают лишних декоративных элементов, подчеркнутую декоративность и яркие цвета, чтобы не отвлекать читателя от важной информации. Простое, чистое оформление способствует концентрации внимания на содержании, позволяя воспринимать массив данных и аналитических материалов без излишних отвлечений.

Насыщенность информацией в деловых изданиях требует эффективного использования графических средств. Графики, диаграммы, блок-схемы и таблицы составлены таким образом, чтобы визуализировать и анализировать данные, делая их более доступными. Эти визуальные элементы должны быть яркими, гармоничными и легко интерпретируемыми, что значительно повышает эффективность передачи сложной информации.

Цветовая палитра и стиль оформления основаны на стандартах или определениях компании, что создает узнаваемый и единый визуальный образ для издания. Как правило, используется ограниченное количество цветов, которые гармонично дополняют строгий и устойчивый стиль. Специальные дизайнерские решения, включая использование деталей, регулируемые отступы и поля, создают удобное для глаз пространство, соответствующее стандартам делового этикета [1].

Таким образом, дизайн деловых периодических изданий представляет собой баланс между эстетическими и функциональными требованиями. Его главной целью является обеспечение максимально комфортного восприятия и обработки информации, поддерживая строгость, профессионализм и

организационную ясность. Эффективный дизайн способствует укреплению доверия читателей к изданию и повышению восприятия передаваемой информации, что особенно актуально в условиях конкуренции и необходимости быстрого принятия решений в бизнес-среде.

Список использованных источников

1. Головко, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С. Б. Головко. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 423 с.
2. Волкова В.В. Дизайн газеты и журнала / В.В. Волкова и др. – Москва , 2003.
3. Марченко М.Н. Федосеева А.А. Особенности коммуникации дизайнера с потребителями его услуг // Международный журнал экспериментального образования: научный журнал. − 2015. − №12. − Ч.2. – С. 235–236.

© Джамирзе О.В., 2026
© Марченко М.Н., 2026

О. В. Джамирзе,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Н. Марченко,
д-р пед.наук, профессор, заведующая кафедры дизайна,
компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ МНОГОПОЛОСНЫХ ИЗДАНИЙ

В данной статье рассматриваются такие понятия как «многополосные издания». Указываются основные исторические ступени развития вышеуказанных терминов. Упоминаются известные ученые в области колористики, ставшие частью становления теории о системе цветов и их равновесия.

Ключевые слова: дизайн, многополосные издания, проектирование, печатные издания, модульная сетка.

Многополосные издания представляют собой сложные печатные материалы, в которых используется разделение текста и графики на несколько колонок или полос. Такой подход обеспечивает более удобное восприятие информации, повышает эстетическую привлекательность и функциональность издания.

Многополосные издания предоставляют много информации и содержат сложные задачи дизайн-проектирования, связанные с оптимизацией структуры, навигации и визуальной привлекательности. В настоящее время существует высокий спрос на издания, которые удобны, функциональны и гармонично организованы, способствуют более эффективной коммуникации с общественностью и увеличению читаемости. В контексте развития цифровых технологий и новых медиа-технологий растет важность грамотного дизайна и дизайна многополосных публикаций, что делает эту тему важной и актуальной.

Дизайн-проектирование многополосных изданий – сложный процесс, учитывающий особенности восприятия читателя, типологию содержания и эстетические требования. Правильное дизайн-проектирование позволяет создать гармоничное сочетание текста, иллюстраций и других элементов дизайна, что обеспечит приятное чтение и эффективное общение.

Традиционно дизайн многополосных изданий базировался на принципах гармонии, симметрии, модульности и типографического баланса. Классические работы Яна Чихольда, Джозефа Мюллера-Брокмана и других сформировали каноны, в которых типографика, сетка и структура были основными инструментами визуального порядка.

Печатные издания остаются важным каналом распространения информации, несмотря на рост цифровых медиа. Эффективный дизайн печатных материалов способствует привлечению внимания читателя, повышению восприятия информации и укреплению имиджа издательства или бренда. Процесс дизайн-проектирования включает в себя комплекс мероприятий по созданию визуальной концепции, подбору элементов оформления и их интеграции в единую композицию. В современных условиях развитие технологий и изменение потребительских предпочтений требуют постоянного обновления методов и подходов к дизайн-проектированию многополостных изданий.

Модульное проектирование многополосных изданий после выработки концепции дизайна и математического расчета сетки вступает в фазу их применения. Сама по себе готовая модульная сетка дизайнерами может использоваться по-разному. Макеты изданий, созданные по одним и тем же линиям, но разными дизайнерами, могут иметь кардинальные отличия. Правила модульного позиционирования отвечают за формирование полос с учетом изображений, определяют позицию области текстового набора. Эти правила формирования и подготовки материала к

набору дают возможность его использования в виде готовых решений, они вытекают из самой сути сетки. Так, иллюстративный материал закрепляется на полосе в одной из вершин модуля и прилегает как минимум к трем его граням. Такое условие позволяет юстироваться соседним иллюстрациям и своими формами подчеркивать структуру всей страницы. Что касается текстового набора, то его границы совпадают с линиями сетки и определяются слева и справа форматом строки, сверху линией х-высоты, а снизу базовой линией шрифта.

Основные принципы дизайн-проектирования многополосных изданий.

1. Структурирование информации. Разделение текста на колонки помогает организовать материал так, чтобы он был легко читаемым и логически последовательным. Обычно используют от 2 до 4 колонок в зависимости от формата и назначения издания.

2. Гармония и баланс. Важно обеспечить визуальный баланс между текстом, графическими элементами и пустым пространством. Это создает ощущение порядка и облегчает восприятие.

3. Читабельность. Выбор шрифтов, межстрочного интервала, межколоночных промежутков – ключевые параметры для обеспечения комфортного чтения. Необходимо учитывать контрастность текста и фона.

4. Эстетика и стиль. Цветовая палитра, стилистика иллюстраций и декоративных элементов должны соответствовать общей концепции издания и целевой аудитории.

Многополосное издание предполагает деление страниц на несколько равных или неравных колонн, что обеспечивает структурирование большого объема информации и облегчает её восприятие. Основные теоретические принципы включают: баланс и ритм – равномерное распределение элементов, создающих визуальную гармонию; иерархия информации – выделение наиболее важного контента с помощью размеров, цвета и расположения; модель сетки – закрепленная структура, позволяющая точно расположить содержание и сохранять последовательность. Применение этих принципов способствует созданию читаемых и эстетически привлекательных страниц.

Начиная работать над любым дизайн-проектом, необходимо соблюдать определенную последовательность действий, чтобы избежать ошибочных и неудачных решений. Разумеется, имеют место быть случаи, в которых вдохновение и концепция являются первоначальными толчками к работе, но это скорее исключения, так как любая проектная работа подразумевает мощный и подробный анализ, четкую последовательность и понимание текущих процессов.

Этапы дизайн-проектирования многополосных изданий.

1) анализ задания и целевой аудитории. Определение целей издания, особенностей читателей, типа контента;

2) разработка концепции оформления. Создание эскизов макета, подбор цветовой схемы, шрифтовых решений;

3) создание макета. Реализация выбранной концепции в виде полноформатного макета с учетом технических требований к печати;

4) проверка и корректировка. Тестирование читаемости, визуальной гармонии, внесение необходимых изменений.

В последние годы наблюдается тенденция к минимализму с простыми линиями, чистыми шрифтами и ограниченной цветовой палитрой. Активно внедряются цифровые инструменты для автоматизации процесса установки и создания адаптивных макетов для различных форматов печати.

Дизайн-проектирование многополосных изданий является важным шагом в создании качественного печатного продукта. Умелое сочетание функциональности, эстетики и технических требований позволяет достичь высокого уровня читабельности и привлекательности материалов, позволяя успешно общаться со своей целевой аудиторией.

Современный дизайнер должен владеть композиционными и типографскими приемами, типографикой, а также цифровыми инструментами. При постоянных технологических изменениях важно не только сохранить эстетическое качество издания, но и обеспечить его функциональность и адаптивность.

Таким образом, дизайн-проектирование многополосных изданий – сложный и многогранный процесс, объединяющий технические, дизайнерские и коммуникативные аспекты. Основные принципы включают планирование структуры, создание удобных навигационных систем, грамотный выбор визуальных решений и учет технических требований. Современные тенденции ориентированы на модульность, интерактивность и адаптивность, что позволяет создавать издания, отвечающие высоким требованиям современного читателя и рынка. Эффективный дизайн и грамотное проектирование многополосных изданий способствуют повышению их читаемости, удобства и конкурентоспособности, а также укрепляют имидж издателя.

Список использованных источников

1. Брук Рейнор, Роберт Брингхерст. Элементы типографического стиля. – Москва : Вильямс, 2007.

2. Эллен Люптон. Думай как дизайнер. – СПб. : Питер, 2020.

3. Ян Чихольд. Типографика. – Москва : Издательство Студии Артемия Лебедева, 2008.

© Джамирзе О.В., 2026
© Марченко М.Н., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

О. В. Джамирзе,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Н. Марченко,
д-р пед.наук, профессор, заведующая кафедры дизайна,
компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДИЗАЙНА СОВРЕМЕННЫХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ

В статье рассматриваются основные тенденции развития дизайна периодических изданий. Указаны причины необходимости адаптации их к современным реалиям. Приведен основной список новых тенденций развития дизайна периодических изданий.

Ключевые слова: дизайн, проектирование, графический дизайн, периодические издания, тенденция.

Роль и значение цифровых технологий стремительно растут, и привычная информационная картина мира меняется буквально на глазах. Актуальность исследования тенденций развития дизайна современных периодических изданий обусловлена необходимостью адаптации к новым технологическим, социальным и культурным вызовам, а также внедрению инновационных методов и подходов в визуальную коммуникацию. Ответы на эти вопросы принципиальны, поскольку именно от них зависят издательские приоритеты: что развивать в первую очередь традиционную печать, электронные издания или попытаться добиться какого-то приемлемого их симбиоза. Проблему пытаются решить все, но внятного ответа на этот вызов времени пока нет.

Информационные потребности человека ныне серьезно меняются даже в сравнении с теми, что существовали несколько лет назад. Считается, что печатная пресса сегодня может выдержать конкуренцию с другими средствами массовых коммуникаций лишь став их неким подобием – своеобразным мультимедийным навигатором в мире новостей, развлечений, товаров и услуг, удобным, понятным и помогающим читателям принимать осознанные решения по широкому спектру жизненных проблем.

Под влиянием цифровых платформ традиционные газеты и журналы меняются:

– становятся частью многоканальной стратегии;

– используют аналитику, полученную на цифровых платформах;

– олицетворяют «медленную прессу» с проверенными фактами и глубокими сложными материалами;

– превращаются в элитарную вещь: «толстый» журнал требует вдумчивого чтения и финансовых затрат.

Однако же главное заключается в наше время в том, что жесткая конкуренция на современном медийном поле, увеличение источников информации и усиление выборочности обращения к ней, повторяемость тематики, дублирование ее периодикой, телевидением и радио, сетевыми источниками, да и сама избыточность информации заставили искать новые решения, призванные привлечь и удержать внимание читателя. Одним из путей расширения возможностей контакта с аудиторией стало развитие взгляда на создание сообщения как на визуализацию, т.е. соединение вербального языка с другими средствами, комбинаторное связывание многих элементов, увеличивающих степень наглядности и привлекательности информации. Это стало возможным благодаря развитию технологий подготовки печатных изданий, позволивших применять самые разнообразные приемы, средства и формы визуального представления содержания. В связи с этим необходимо уточнить значения указанных терминов, поскольку они кажутся недостаточными для определения или описания того нового, что появилось в оформлении периодики, и предложить дополняющие.

Текст газет и журналов становится все более развитым объектом интерпретации. Идентификация внутренней структуры посредством планирования, реализация значимых компонентов с помощью различных средств выражения, ссылки на информационные или пояснительные компоненты, содержащиеся в области сбора, полностью изменяют визуальные характеристики изданий. Визуализация становится специфической организацией текста, позволяющей полностью понять и выразить его структуру, а также идентифицировать соответствующее содержание с помощью набора основных формальных форм.

Так, изменение формата колонки против обычного указывает чаще всего на какой-то элемент, отличающийся от других. Закрепление за различными разделами, блоками подборками определенных форматов делает их отличительными визуальными компонентами той или иной структуры.

Меняя формат колонки, используя подложку, создается не просто изолированную форму материала, а формными средствами подчеркиваем его «отдельность» в общей структуре, и именно как отдельная структурная составляющая он и воспринимается. Сочетания визуальных элементов, вычленяемые из массива оформительско-дизайнерских средств, и их количество выступают как коды, становятся ключами для идентификации текста как основного, второстепенного, вспомогательного, т.е. по месту в

иерархии текстов в полосе и в номере либо по жанровой принадлежности – статейный материал отличается от информационного степенью сложности визуальной структуры. Жанры, так же как и подборки, обладают как качественными, так и количественными характеристиками, разделы имеют определенные физические размеры, и им присущи собственные средства структурирования, набор приемов организации структуры, позволяющий идентифицировать жанр или подборку [1].

Стоит отметить, что минимализм периодически входил в моду как реакция на излишнюю многослойность и декоративность стилей-предшественников. Несмотря на это, основополагающая роль в стилеобразовании журнального дизайна досталась минимализму только в XXI веке: если ранее стремление к упрощению было дополнительной характеристикой, то сейчас оно стало стилистическим эталоном большого количества изданий [2]. Вне зависимости от исходных данных (гарнитуры шрифта, цветовой гаммы, композиции, техники иллюстраций) дизайнеры стараются выстраивать элементы, подчеркивая единый образ издания.

Выделим несколько основных тенденций развития современных периодических изданий на данный момент. Первая тенденция – переход к минимализму и лаконичности. В условиях перегруженности информационного пространства актуальна концепция «меньше значит больше», при которой оформление становится простым, чистым и понятным. Такой подход способствует быстрому восприятию ключевой информации и снижению когнитивной нагрузки на читателя. Например, современные журналы, такие как «In home» или «Интерьер+дизайн», используют минималистичную типографику и строгое оформление, делая акцент на содержании. Также подобный подход часто проявляется и в обложках периодических изданий (рис.1). В приведенном примере логотип располагается в верхней части полосы и занимает левый угол. Рядом указана информация о выпуске журнала (дата и номер выпуска).



Рисунок 1– Пример оформления обложки интерьерного журнала

Вторая – активное использование инфографики и визуальных решений для работы с данными. Диаграммы, графический рисунок, интерактивные элементы позволяют сделать сложные аналитические материалы более доступными и простыми для восприятия. Цифровые версии таких публикаций позволяют использовать интерактивную графику, анимацию и мультимедийные данные, которые способствуют вовлечению аудитории.

Третья тенденция – интеграция мультимедийных и интерактивных элементов в дизайн. В условиях цифровых платформ статьи дополняются видео, аудио, анимацией, что повышает уровень вовлеченности читателя и качество восприятия (относится к электронным версиям журналов). Такой мультимедийный дизайн помогает более полно передавать информацию, создавая гипермедийные и мультимодальные коммуникационные пространства.

Четвертая – разработка адаптивного дизайна и оптимизация для мобильных устройств. С ростом использования мобильных устройств возрастает важность адаптивного дизайна, обеспечивающего оптимальное отображение контента на разных платформах и экранах. Это позволяет поддерживать качество и удобочитаемость восприятия в различных условиях.

Пятая тенденция – повышение индивидуальности и адаптации. Современные тенденции дизайна включают в себя создание персонального пользовательского опыта с использованием алгоритмов и аналитики. Этот подход предполагает изменение дизайна в соответствии с предпочтениями читателя, его профилем или коммерческим контекстом [1; 3].

Наконец, приоритеты также связаны с устойчивостью и экологической ответственностью. В практике дизайна-проектирования все чаще используются экологически чистые материалы, минимализм и отказ от визуальных решений, что становится наиболее важным в современном обществе.

Таким образом, современный дизайн периодических изданий развивается под влиянием множества факторов – технологических инноваций, изменений коммуникационных стратегий и культурных трендов. Основными тенденциями являются минимализм, активное использование инфографики и мультимедийных элементов, развитие адаптивных и персонализированных решений, а также акцент на экологическую устойчивость. Эти направления помогают создавать более эффективные, привлекательные и релевантные продукты, отвечающие современным требованиям аудитории. В условиях быстро меняющейся медиа среды успешное внедрение новых дизайн-тенденций становится ключевым фактором конкурентоспособности современных периодических изданий и способствует формированию их уникального имиджа и укреплению позиций на рынке.

Список использованных источников

1. Рожнова О. И. История журнального дизайна : учеб. пособие. – Москва : Университетская книга, 2009. – 271 с.
2. Ситникова Д. Д. Тенденции развития в журнальном дизайне // Издательское дело в России и за рубежом: история, современное состояние, проблемы и перспективы : Материалы III Междунар. науч.-практ. конф. молодых учёных (студентов, аспирантов, магистрантов) ; отв. ред. Л. А. Мосунова. – Киров, 2016. – С. 111–116.
3. Филина Е.М., Марченко М.Н. Социальное значение дизайна. // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2017. – С. 485-491.

© Джамирзе О.В., 2026
© Марченко М.Н., 2026

А. Б. Долженко,
студент кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

Ю. В. Гуменная,
доцент кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

А. А. Романова,
старший преподаватель кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ГРАДОСТРОИТЕЛЬНАЯ СИТУАЦИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДСКОГО ОКРУГА КЕРЧИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье проведён анализ современной градостроительной ситуации в муниципальном образовании городской округ Керчь Республики Крым. Выявлены ключевые проблемы: хаотичная застройка, слабый контроль за использованием земель, изношенность инженерной инфраструктуры, дефицит общественных пространств и угрозы историческому наследию. С использованием методов анализа и синтеза сформулированы основные направления стабилизации и устойчивого развития города. Результаты могут быть полезны для муниципальных властей, архитекторов и

градостроителей при разработке генерального плана и локальных проектов благоустройства.

Ключевые слова: градостроительство, Керчь, застройка, инфраструктура, общественные пространства, историческое наследие, устойчивое развитие, транспорт, экология, нормативы.

Градостроительная ситуация в городском округе Керчи остаётся одной из самых острых проблем, от которой напрямую зависят развитие всего региона и качество жизни местных жителей. Современные реалии диктуют необходимость продуманного и сбалансированного подхода к планировке территорий, разумного использования земельных ресурсов и создания такой инфраструктуры, которая в полной мере отвечала бы нуждам населения и экономики.

В числе главных препятствий, сдерживающих развитие города, выступает слабый контроль за застройкой отдельных участков. Это приводит к хаотичному использованию земли и повсеместным нарушениям градостроительных норм. Кроме того, серьёзной проблемой остаётся недостаточное развитие инженерной инфраструктуры – систем водоснабжения, канализации, электроснабжения, уличного освещения и транспортной сети. Перечисленные недостатки не только ухудшают санитарную и экологическую обстановку в городе, но и создают дополнительные трудности при эксплуатации существующих коммуникаций, а также мешают формированию комфортной среды для горожан.

Актуальность темы усиливается ростом численности населения – в том числе за счёт сезонного притока – и насущной потребностью в развитии инфраструктуры восточного Крыма. Хаотичная застройка, дефицит зелёных зон и изношенность инженерных систем самым прямым образом сказываются на качестве жизни и состоянии окружающей среды. В условиях меняющейся нормативной базы и непростой геополитической обстановки грамотное планирование развития города позволяет повысить его устойчивость, сделать его привлекательным для инвестиций и обеспечить людям комфортные условия для проживания.

Целью данной работы является проведение анализа градостроительной ситуации муниципального образования города Керчи, выявление ключевых проблем в развитии городской застройки и инфраструктуры, а также рассмотрение перспективных направлений их решения.

Задачи:

1) оценить текущее состояние использования земельных ресурсов и плотности застройки;

2) выявить недостатки инженерной, транспортной и социальной

инфраструктуры;

3) определить проблемы сохранения исторического наследия;

4) сформулировать рекомендации по улучшению градостроительной политики.

1. Дисбаланс в использовании земельных ресурсов

Своевременное и сбалансированное развитие градостроительной ситуации является ключевым фактором для любого муниципального образования, стремящегося к устойчивому росту. Однако городской округ Керчи сталкивается с серьёзными проблемами. Значительная часть территории застроена без учёта перспективных планов, что приводит к хаотичной застройке и ухудшению городской среды. Плотность застройки в некоторых районах превышает допустимые нормы, а развитие индивидуального жилья часто происходит без соответствующей инфраструктурной поддержки, создавая нагрузку на существующие инженерные сети и транспортную систему.

Когда градостроительные нормативы проработаны недостаточно, а планировка новых районов ведётся поверхностно, результат получается закономерным: улицы выходят короткими и неудобными для движения, зоны отдыха и зелёные насаждения возникают бессистемно, а то и вовсе отсутствуют. В конечном счёте это напрямую сказывается на качестве городской среды – она становится менее комфортной для жизни, а экологическая обстановка, лишённая естественных зелёных «лёгких», постепенно ухудшается.

2. Инфраструктурные дефициты

До сих пор не удаётся наладить должную координацию между разными структурами, отвечающими за градостроительство. К этому добавляется хроническое недофинансирование развития городской инфраструктуры. Результат закономерен: инженерные системы – водопровод, электросети, теплотрассы – сильно изношены. В таком состоянии они не позволяют развиваться дальше и обеспечивать людей услугами надлежащего качества. К тому же ослаблен контроль за строительными работами, из-за чего страдает архитектурный облик города, а безопасность городской среды становится всё более уязвимой.

3. Угрозы историческому наследию

Земля в исторической части Керчи используется без должных правил, а чёткой стратегии её развития попросту нет. В итоге памятники архитектуры постепенно разрушаются, исторический центр теряет свой облик, а туристическая привлекательность города падает. Новые здания нередко возводятся без учёта требований благоустройства и реальных темпов роста населения, что порождает очередные провалы в инфраструктуре.

4. Направления решений

Важной задачей является разработка комплексных программ

обновления и развития городской среды, а также унификация градостроительных нормативов. Требуется внедрение современных технологий проектирования (BIM-моделирование, ГИС), повышение ответственности за качество строительства и увязка целей развития города с экологическими стандартами. В условиях ограниченных ресурсов необходимо внедрять инициативы по повышению энергоэффективности, развитию общественных пространств и модернизации транспортной системы.

В целом, градостроительная ситуация в Керчи требует системного переосмысления подходов, повышения уровня планирования и институциональной ответственности. Решение проблем застройки, инфраструктурного обеспечения и охраны городского наследия позволит сформировать комфортную и устойчивую среду для проживания.

ВЫВОДЫ. Проведённый анализ позволяет утверждать, что градостроительная ситуация в городском округе Керчи характеризуется комплексом взаимосвязанных проблем, требующих безотлагательного внимания. В сфере использования земельных ресурсов главным недостатком оказалась хаотичная застройка значительной части территории, которая ведётся без учёта перспективных планов. В отдельных районах плотность застройки превышает допустимые нормативы, а развитие индивидуального жилья не сопровождается адекватной инфраструктурной поддержкой, что создаёт избыточную нагрузку на инженерные сети и транспортную систему. Слабая проработка градостроительных нормативов и поверхностное планирование новых районов приводят к появлению неудобных коротких улиц, бессистемному размещению зелёных зон и дефициту общественных пространств, что снижает качество городской среды и ухудшает экологическую обстановку.

Не менее остро стоит проблема инфраструктурных дефицитов. Между различными структурами, отвечающими за градостроительство, не удалось наладить должную координацию, а хроническое недофинансирование привело к сильному износу систем водоснабжения, электросетей и теплотрасс. В таком состоянии инженерные объекты не могут обеспечивать людей услугами надлежащего качества и сдерживают дальнейшее развитие города. Ослабленный контроль за строительными работами дополнительно ухудшает архитектурный облик и делает городскую среду менее безопасной.

Отдельной угрозой выступает состояние исторического наследия Керчи. Земли в исторической части используются без чётких правил, а долгосрочная стратегия её развития отсутствует. В результате памятники архитектуры постепенно разрушаются, исторический центр теряет свой облик, а туристическая привлекательность города падает. Новое строительство нередко ведётся без учёта требований благоустройства и реальных темпов роста населения, что порождает очередные провалы в

инфраструктуре.

В качестве перспективных направлений решения перечисленных проблем предлагается разработка комплексных программ обновления городской среды, унификация градостроительных нормативов и внедрение современных технологий проектирования, включая BIM-моделирование и геоинформационные системы. Необходимо также повысить ответственность за качество строительства, увязать цели развития города с экологическими стандартами и, несмотря на ограниченность ресурсов, последовательно реализовывать инициативы по энергоэффективности, созданию общественных пространств и модернизации транспорта.

Градостроительная ситуация в Керчи требует не точечных изменений, а системного переосмысления подходов к планированию и управлению. Без повышения уровня координации между ведомствами, без чёткой стратегии использования земель и сохранения исторического наследия невозможно сформировать комфортную и устойчивую среду для проживания. Только комплексное решение проблем застройки, инфраструктурного обеспечения и охраны памятников позволит городу реализовать свой потенциал, повысить инвестиционную привлекательность и обеспечить достойное качество жизни для нынешних и будущих поколений.

Список использованных источников

1. Асланиди, П. Т. Архитектурно-планировочные принципы преобразования исторических территорий города Керчи / П. Т. Асланиди // Город, пригодный для жизни : материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2024. – С. 22-25.

2. Кройтор, И. М. Повышение сейсмобезопасности жителей города Керчи в свете реализации генерального плана / И. М. Кройтор. – Симферополь, 2017. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/povyshenie-seysmobezopasnosti-zhiteley-goroda-kerchi-v-svete-realizatsii-generalnogo-plana.

3. Ожегова, Л. А. Керчь как промышленный и рекреационный центр: проблемы современного развития / Л. А. Ожегова, Г. В. Боряк. – Текст : электронный // КиберЛенинка. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kerch-kak-promyshlennyy-i-rekreatsionnyy-tsentr-problemy-sovremennogo-razvitiya.

© Долженко А.Б., 2026
© Гуменная Ю.В., 2026
© Романова А.А., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

В. А. Есина,
студентка кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

С. Ю. Кочеткова,
канд. эк. наук, доцент кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ОБРАЗ СОРОКИ КАК ИСТОЧНИК ХУДОЖЕСТВЕННОГО РЕШЕНИЯ ЖЕНСКОЙ НАРЯДНОЙ ОДЕЖДЫ АВАНГАРДНОГО СТИЛЯ

В статье рассматривается образ сороки как природный и культурный источник проектирования женской нарядной одежды авангардного стиля. Уточняются колористические, пластические и семантические признаки образа, значимые для разработки коллекции. Показано, что в современном проектировании костюма наиболее продуктивна не буквальная стилизация птицы, а художественно-ассоциативная интерпретация ее силуэта, ритма, фактуры и иридесцентной окраски.

Ключевые слова: искусство костюма, авангардный стиль, нарядная одежда, источник вдохновения, формообразование, художественный образ, сорока, колористическое решение.

Для дизайна костюма природный источник ценен не сам по себе, а как система проектных признаков. В одном случае он задает пластику формы, в другом – колорит, ритм членений, характер поверхности. Образ сороки в этом отношении особенно продуктивен. У птицы жесткая графика черного и белого, длинная хвостовая доминанта, подвижный силуэт и сложная структурная окраска, которая на свету уходит в синий, фиолетовый и зеленый.

В статье Е. И. Зиновьевой «Орнитоним сорока в русском языке и культуре: универсальное и национально-специфичное», опубликованной в журнале «Мир русского слова» в 2012 г., образ сороки рассматривается в лингвокультурологическом контексте. Методологической основой работы стал анализ словарных дефиниций, паремиологического материала и устойчивых речевых характеристик. Автор показывает, что в русском культурном поле сорока связывается с болтливостью, подвижностью, любопытством, хитростью и вестничеством. Для проектирования костюма это не абстрактные ассоциации. Такие качества переводятся в дробный ритм отделки, акцентную асимметрию, напряженную графику силуэта и

декоративную активность поверхности [1].

В восточноазиатской традиции семантика иная. По данным Метрополитен-музея и Minneapolis Institute of Art, в китайской визуальной культуре мотив сороки рядом с цветущей сливой трактуется как благопожелание радости, обновления и счастливой вести; в корейской традиции сорока выступает вестником добрых новостей и включается в охранительную символику народной живописи [2; 3]. Этот пласт важен для нарядной одежды. Он смещает акцент с бытовой характеристики птицы на торжественность, знаковость и декоративную собранность образа.

Для искусства костюма принципиально важно, каким образом природный образ переходит в проектную форму. В статье Е. Д. Лакизенко и Т. Л. Макаровой, опубликованной в (2020 г.) проанализированы коллекции ведущих домов моды за 2009–2019 гг., в которых использован символ птицы. Авторы работали с визуально-аналитическим методом и сопоставляли композиционные, пластические и декоративные приемы. Их вывод существенен: в моде 2010-х годов прямое цитирование пера постепенно уступает место более сложным средствам – прозрачности, складчатой поверхности, модульному наслоению, вертикальному ритму, аппликации и контрасту фактур [4]. В авангардной нарядной одежде такой образ читается не через иллюстративность, а через формообразование.

Такой подход соответствует и теории художественного образа в проектировании костюма. С. В. Санатова рассматривает художественный образ как системообразующее начало, подчиняющее себе силуэт, пропорции, колорит и пластический строй изделия [5]. Т. В. Каракова, анализируя принципы структурного формообразования, подчеркивает роль ритма, тектоники и соподчинения объемов в создании выразительной формы [6]. Для проектирования коллекции на основе образа сороки это означает следующее: источник вдохновения не дублируется, а разлагается на конструктивно значимые признаки – доминанту вытянутого хвоста, контраст компактного корпуса и удлиненной задней части, резкое сопоставление гладкого и фактурного, темного и светлого.

Конкретную опору для колористического решения дают орнитологические работы. В статье H.-Y. Nam, S.-I. Lee, J. Lee, C.-Y. Choi и J. C. Choe, опубликованной в Acta Ornithologica в 2016 г., окраска евразийской сороки анализировалась с применением спектральных измерений и статистического сравнения цветовых параметров у птиц разного возраста и статуса. Авторы установили, что второстепенные маховые перья демонстрируют выраженный синий структурный цвет, тогда как хвостовые перья дают переходы от пурпурного к зеленому [7]. Для дизайна костюма это важный факт. Он позволяет обосновать введение в ахроматическую базу коллекции холодных иридесцентных акцентов, а не использовать их интуитивно.

Еще более детально механизм переливчатой окраски раскрыт в статье

D. G. Stavenga, H. L. Leertouwer и B. D. Wilts, опубликованной в Journal of Experimental Biology в 2018 г. Авторы применили микроспектрофотометрию, imaging scatterometry и оптическое моделирование. Было показано, что яркие синие и пурпурно-зеленые эффекты обусловлены слоями полых меланосом в бородках пера [8]. Для практики проектирования это означает, что визуальный аналог сорочьего пера следует искать не в прямом принте, а в материалах с глубиной цвета, направленным блеском, изменением оттенка при движении и многослойной отражающей поверхностью – например, в сатине, тафте, ламинированной органзе, пленочном покрытии или в отделке с перламутровым напылением.

Если соотнести эти данные с задачами нарядной авангардной одежды, возникает достаточно четкая система проектных решений. Черный цвет работает как несущая плоскость композиции. Белый – как локальный контрапункт, который собирает форму и усиливает силуэтный рисунок. Сине-зеленые и фиолетовые переливы вводятся дозированно – в аксессуар, воротниковую деталь, шарф, фрагмент юбки, верхний слой ткани или отделку. В таком случае колорит не дробится, а сохраняет графическую строгость. Это принципиально для авангарда.

Не менее важен силуэт. Для сороки характерна вытянутая осевая динамика. В костюме она может реализовываться через шлейф, удлиненную заднюю деталь, вытянутую вставку по спинке, ниспадающий шарфовый элемент, удлиненный баск или хвостовую конструкцию низа. При этом верх формы часто требует собранности – высокой стойки, четкой плечевой линии, пластически активного воротникового узла, компактного лифа. Контраст между собранным верхом и вытянутым низом дает тот самый образный эффект, который соотносится с морфологией птицы, но не становится натуралистичным.

В коллекции нарядной одежды этот принцип может реализовываться по-разному. Длинное черное платье с открытой спиной и шлейфом работает на образ хвостовой доминанты. Белое платье прямого объема с длинными черными перчатками и иридесцентной вытянутой деталью у шеи строится уже на контрасте черного и белого, где цветовой акцент берет на себя функцию «пера». Фактурный темный комплект с выраженной центральной вертикалью переводит образ сороки в плоскость пластической и семантической интерпретации. Здесь птица присутствует не как изображение, а как структура формы и знак.

Для нарядной одежды важна и семантика. Сорока в русской культуре – вестница. В китайской и корейской – носитель благой вести. Эта общая линия может быть использована в названии модели, в текстильной графике, в вышивке, в шрифтовой надписи на спинке или на шлейфе. Подобный прием уместен именно в авангардной одежде, где слово может функционировать как пластический и концептуальный элемент костюма, вводя дополнительный смысловой слой, но не отменяя требований к

композиционной целостности.

Таким образом, образ сороки является перспективным источником проектирования женской нарядной одежды авангардного стиля. Его потенциал основан на сочетании нескольких уровней – морфологического, колористического, фактурного и культурно-семантического. Материалы по лингвокультурологии уточняют характер образа. Анализ модных коллекций 2009–2019 гг. показывает, какие приемы интерпретации птицы уже закрепились в дизайне костюма. Орнитологические работы 2016 и 2018 гг. дают точное обоснование палитры и работы с блеском. В проектной практике это позволяет перейти от общего источника вдохновения к профессионально выстроенному художественному решению – через силуэт, тектонику, ритм, фактуру и колористическую доминанту.

Список использованных источников

1. Зиновьева, Е. И. Орнитоним «сорока» в русском языке и культуре: универсальное и национально-специфичное // Мир русского слова. – 2012. – № 4. – С. 82–86.

2. Box with plum blossoms and birds [Электронный ресурс] // The Metropolitan Museum of Art. – URL: https://www.metmuseum.org/art/collection/search/40265

3. Magpies with Plum Blossom [Электронный ресурс] // Minneapolis Institute of Art. – URL: https://collections.artsmia.org/art/29431/magpies-with-plum-blossom-zhang-feng (дата обращения: 04.05.2026).

4. Лакизенко, Е. Д. Анализ использования символа «птица» в дизайне костюма из коллекций 2009–2019 гг. / Е. Д. Лакизенко, Т. Л. Макарова // Костюмология. – 2020. – Т. 5. – № 4.

5. Санатова, С. В. Художественный образ в проектировании объектов дизайна костюма // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2009. – № 6. – С. 118–121.

6. Каракова, Т. В. Принципы структурного формообразования в дизайне костюма // Известия Самарского научного центра РАН. – 2009. – Т. 11. – № 4(2). – С. 422–426.

7. Nam, H.-Y. Multiple Structural Colors of the Plumage Reflect Age, Sex, and Territory Ownership in the Eurasian Magpie Pica pica / H.-Y. Nam, S.-I. Lee, J. Lee, C.-Y. Choi, J. C. Choe // Acta Ornithologica. – 2016. – Vol. 51. – No. 1. – P. 83–92.

8. Stavenga, D. G. Magnificent magpie colours by feathers with layers of hollow melanosomes / D. G. Stavenga, H. L. Leertouwer, B. D. Wilts // Journal of Experimental Biology. – 2018. – Vol. 221. – Article jeb174656.

© Есина В.А., 2026
© Кочеткова С.Ю., 2026

Д. В. Завгородний,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Н. Марченко,
д-р пед.наук, профессор, заведующая кафедры дизайна,
компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ГЕНЕРАТИВНЫЙ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ИГРОВОМ ДИЗАЙНЕ

В статье проанализировано влияние нейросетей на сферу игрового дизайна, а также их основные преимущества как инструмент для дизайнера.

Ключевые слова: нейросети, дизайн игры, графическое искусство, инструмент, преимущества и качества, контент и поиск, искусственные нейронные сети (ИНС).

Пересечение искусственного интеллекта (ИИ) и игрового дизайна существенно изменилось за последнее десятилетие, перейдя от базового поведения, управляемого ИИ, к сложным генеративным моделям, которые создают богатый и адаптивный игровой контент. ИИ в играх традиционно был направлен на повышение вовлеченности, улучшение возможности воспроизведения и снижение ручной рабочей нагрузки, но его потенциал существенно вырос с появлением генеративного ИИ.

Текущие исследования показывают, что ИИ служит не только автономным агентом, реализующим заранее написанные стратегии, но и творческим партнером, который способен вдохновлять дизайнеров, предлагать нетрадиционные идеи и менять целые области, такие как написание и повествовательный дизайн.

Первые усилия по внедрению инструментов с помощью искусственного интеллекта в такие игры, как Tanagra, Sentient Sketchbook и Талакат обещали будущее, в котором дизайнеры и ИИ будут совместно создавать, повторять и совершенствовать игровые элементы. В последние годы, с распространением генеративного ИИ, это будущее становится реальностью благодаря передовым инструментам, таким как ChatGPT, Midjourney и Scenario, которые потенциально могут повлиять и изменить аспекты игрового дизайна и разработки.

Однако остающаяся проблема заключается в балансировании

творческой свободы с контролем разработчиков. Хотя генеративный искусственный интеллект может предложить широкий спектр возможностей, обеспечивая соответствие этих результатов предполагаемому видению проектирования требует тщательного оперативного проектирования и настройки параметров.

Исследователи начинают решать эти проблемы, исследуя гибридные подходы, сочетающие человеческую интуицию с творчеством, основанным на моделях. Дизайнеры могут засеять генеративный процесс определенными эстетическими или повествовательными сигналами, а ИИ может экстраполировать целые миры, квесты или структуры головоломок, которые кажутся подлинными.

В этом смысле генеративный искусственный интеллект – это не просто производственный инструмент. Это может представлять собой новую среду художественного выражения в разработке игр. Хотя генеративный искусственный интеллект имеет потенциал для значительной оптимизации создания контента и поощрения более экспериментальных и инновационных подходов к дизайну, несколько важных вопросов остаются без ответа, особенно относительно восприятия и принятия этих инструментов гейм-дизайнерами и их опасений по поводу оригинальности, творческой зависимости и авторства человека.

Генеративный ИИ играет все более центральную роль в различных аспектах разработки игр, от создания концепт-арта до процедурного построения мира и адаптивного повествования. Инструменты на базе искусственного интеллекта, такие как Stable Diffusion, Midjourney и ChatGPT, позволили создавать высококачественные игровые ресурсы, сокращая время и рабочую силу, необходимые для традиционных процессов проектирования.

Игровые движки, управляемые искусственным интеллектом, также используются для создания адаптивного игрового процесса, что позволяет создавать более динамичные и управляемые игроками повествования. Важным применением искусственного интеллекта в игровом дизайне является создание процедурного контента, при котором алгоритмы искусственного интеллекта генерируют игровые среды, персонажей и предметы в реальном времени.

Этот подход был успешно реализован в таких играх, как No Man's Sky, которая использует планетарные ландшафты, созданные искусственным интеллектом, для создания обширной вселенной с миллиардами процедурно генерируемых миров (рис. 1).

ИИ также позволил автоматизировать игровое тестирование и обеспечение качества, используя инструменты для выявления и решения проблем игрового процесса.

Однако были высказаны опасения по поводу творческих ограничений контента, созданного искусственным интеллектом. Хотя ИИ может быстро

генерировать большие объемы ресурсов, некоторые игровые дизайнеры утверждают, что этим активам часто не хватает художественной глубины и интенциональности созданных человеком проектов.



Рисунок 1 – Процедурно генерируемые миры

Помимо процедурных систем, студии AAA теперь интегрируют инструменты искусственного интеллекта в рабочие процессы повествовательного дизайна. Исследовательское подразделение Ubisoft, La Forge, разработало Ghostwriter, инструмент генеративного искусственного интеллекта, который помогает дизайнерам повествований, создавая диалоги NPC первого проекта. Хотя люди-писатели по-прежнему играют центральную роль в совершенствовании контента, этот инструмент позволяет быстрее создавать прототипы ветвящихся взаимодействий и рутинных внутриигровых разговоров, иллюстрируя, как ИИ может повысить творческую эффективность без полной замены человеческого вклада.

Применение генеративного искусственного интеллекта в игровом дизайне набрало обороты, поскольку исследователи и практики стремятся выйти за рамки статического опыта, созданного вручную. Генеративный ИИ, часто реализуемый с помощью моделей машинного обучения, способных создавать широкий спектр контента, способствует более плавному и итеративному процессу проектирования.

Последние достижения в области генеративного искусственного интеллекта позволили динамически создавать игровой контент с использованием алгоритмических методов. Эти методы используют различные модели и алгоритмы машинного обучения, в первую очередь процедурную генерацию контента (PCG), генеративные состязательные сети (GAN) и языковые модели на основе трансформаторов, такие как GPT.

Генерация процедурного контента (PCG) относится к алгоритмическим системам, предназначенным для автоматического создания игрового контента, такого как уровни, карты или квесты. Ранние модели PCG использовали системы, основанные на правилах, но

современные подходы часто используют алгоритмы и машинное обучение для динамического создания сложного адаптивного контента. С другой стороны, генеративные состязательные сети (GAN) широко используются для создания ресурсов для визуальных игр.

Обучая две конкурирующие нейронные сети, генератор и дискриминатор GAN могут создавать реалистичные изображения и текстуры, которые органично сочетаются с игровыми средами, созданными вручную. GAN также использовались в процессах игрового мышления и прототипирования, предлагая дизайнерам высокоточные макеты с минимальным ручным вводом.

Восприятие ИИ среди гейм-дизайнеров и разработчиков очень тонкое: оптимизм и скептицизм формируют дискуссии о его роли в творческих рабочих процессах. Одним из основных преимуществ интеграции искусственного интеллекта является его способность повышать эффективность и снижать рабочую нагрузку на дизайнеров.

Например, концепт-арт, созданный искусственным интеллектом, позволяет дизайнерам быстро исследовать несколько визуальных стилей, прежде чем приступить к окончательному дизайну, тем самым ускоряя этап концептуализации разработки игр (рис. 2). ИИ также рассматривается как ценный инструмент для инди-разработчиков, которым не хватает финансовых ресурсов для найма больших команд. Движки на базе искусственного интеллекта могут генерировать код, текстуры, анимацию и звуковые ресурсы, позволяя разработчикам-одиночкам создавать сложные игры, которые в противном случае потребовали бы обширной рабочей силы.



Рисунок 2 – Концепт-арт, созданный ИИ

Однако инди-разработчики также выражают обеспокоенность по поводу чрезмерной зависимости от инструментов искусственного интеллекта, опасаясь, что это может привести к снижению уникальности и мастерства, характерных для многих инди-игр. Интеллектуальная собственность и этические проблемы, связанные с контентом, созданным искусственным интеллектом, также широко обсуждались. Многие разработчики обеспокоены юридическими и этическими последствиями моделей искусственного интеллекта, которые обучаются существующим произведениям искусства без явного разрешения оригинальных создателей. Важно найти баланс между использованием ИИ, как инструмента, и

сохранением ценности человеческого творчества, авторского виденья и эмоционального состояния [3].

Поскольку ИИ продолжает формировать игровую индустрию, его влияние также ощущается в образовании и обучении разработчиков игр. Несколько учреждений начали включать инструменты на основе искусственного интеллекта в учебные программы по игровому дизайну, предоставляя студентам доступ к созданию активов на основе искусственного интеллекта. ИИ также используется в обучении тестированию игр: помощники, управляемые ИИ, помогают учащимся разрабатывать протоколы тестирования игр и анализировать отзывы игроков.

Тем не менее, все еще существует некоторый скептицизм по поводу роли ИИ в образовании в области игрового дизайна. Некоторые преподаватели утверждают, что чрезмерная зависимость от инструментов искусственного интеллекта может препятствовать способности учащихся развивать основополагающие навыки в традиционных методах игрового дизайна. Другие предполагают, что ИИ следует рассматривать как инструмент расширения, а не замену человеческого творчества, при этом в учебных программах особое внимание уделяется гибридному подходу, который уравновешивает контент, созданный ИИ, с художественным вкладом человека.

Интеграция генеративного искусственного интеллекта в дизайн и разработку игр открывает как захватывающие возможности, так и серьезные проблемы, однако большая часть текущего дискурса сформирована теоретическим анализом или данными, собранными в онлайн-формах, с ограниченным прямым взаимодействием с практиками, находящимися в авангарде этого технологического процесса. Хотя ИИ имеет потенциал для повышения эффективности, оптимизации рабочих процессов и открытия новых творческих возможностей, опасения по поводу художественной аутентичности, этических дилемм и баланса между вкладом человека и ИИ остаются значительными.

Эти опасения усугубляются отсутствием углубленных исследований, которые активно вовлекали бы игровых дизайнеров и разработчиков в содержательный диалог для отражения их тонких точек зрения.

Список использованных источников

1. Бретт Ланц Машинное обучение на R. Экспертные техники для прогностического анализа: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2020. – 438 с.

2. Джейд Картер Нейросети. Генерация изображений: учеб. пособие. – Москва : АСТ, 2023. – 227 с.

3. Комаренко, А. Р., Кучеренко, М. С. Новый век графического дизайна и новый вид творчества на базе технологий искусственного интеллекта // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов

– Краснодар: Кубанский государственный университет, 2025. – С. 192–208.

4. Луптон Э. Графический дизайн. От идеи до воплощения. – СПб. : «Питер», 2013. – 184 с.

5. Филина Е.М., Марченко М.Н. Социальное значение дизайна // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2017. – С. 485-491.

© Завгородний Д.В., 2026
© Марченко М.Н., 2026

М. О. Зиновейкина,
студентка кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

О. А. Зимина,
канд. пед. наук, профессор кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА НА РАЗРАБОТКУ НАРЯДНОЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ

Статья посвящена изучению психологии цвета как одного из факторов влияния на человека через профессиональную деятельность дизайнера костюма. В рамках статьи рассматриваются некоторые понятие теории цвета на основании научных материалов и описывается эволюция значения цвета в истории. Результат влияния цветового решения одежды демонстрируется на примере создания коллекции нарядной женской одежды.

Ключевые слова: цвет, теория цвета, психология, мода, нарядная одежда, дизайн

Целью работы стало проведение анализа особенностей формирования цветовых решений в современной индустрии моды в сегменте нарядной одежды и разработка коллекции нарядной женской одежды с учетом проведенных исследований.

Проблема значимости убеждений о психологическом значении цвета в искусстве остается актуальной. Несмотря на множество научных изданий, повествующих об устоявшихся характеристиках отдельных цветов, в восприятии обычного человека эти характеристики являются

скорее двойственными, чем конкретными. Отсюда возникает неопределенность во мнениях о новых коллекциях от ведущих дизайнеров, исходный посыл которых может значительно отличаться от обратной связи аудитории. Для наиболее детального изучения влияния цвета на психику человека была рассмотрена научная библиотечная литература.

Основными психологическими характеристиками, влияющими на восприятие человеком цвета, являются тон, насыщенность и светлота. Данные характеристики относятся к объяснению восприятия цвета с физической точки зрения, что в дальнейшем развило психологическую сторону цвета [3].

Начало эволюции психологического восприятия цвета положил Дж. Гилфорд в своих работах, по результатам которых был сформулирован вывод о том, что в восприятии человека существуют «приятные» и «неприятные» цвета и их оттенки, напрямую зависящие от насыщенности и тона. Предпочтение было направлено в сторону более ярких, светлых цветов. Однако, после проведения опыта Гелиньо, теория Гилфорда была подтверждена лишь частично, поскольку предпочтение ярким и светлым оттенкам отдается не во всех случаях [3].

В начале XX века И. Иттен разработал модель для художников, состоящую из двенадцати цветов (рис. 1). По его наблюдениям, восприятие того или иного цвета людьми как «светлый» или «тусклый» постоянно варьируется. Например, насыщенный желтый светлее, чем насыщенный синий. Если насыщенный синий темен сам по себе, то голубой цвет и его оттенки являются приглушенными. Эксперименты с добавлением светлости приводили к полному изменению цвета или его оттенка, и вместе с цветом менялось восприятие [3].



Рисунок 1 – Цветовой круг И. Иттена

Истинное количество цветов в палитре неизвестно. Цветовые круги, разработанные учеными, представляют собой единый цвет, плавно переходящий в другой в зависимости от прибавления или убавления насыщенности и светлости и не разделенный четкими границами. Тем не

менее, некоторые цвета принято считать «самостоятельными»: красный, желтый, синий. Однако человеческий глаз способен видеть новые цвета, если красный и синий окажутся близко друг от друга. В зрительном восприятии происходит смешение и возникает новый цвет: фиолетовый. Таким образом, от любого небольшого изменения в светлости, тоне, насыщенности и расположении цветов человеческое зрение способно зафиксировать новые феномены [3].

И. Иттен, продолжая исследования, сформулировал вывод о том, что существуют три категории цветов, на которые они подразделяются: первичные (желтый, красный, синий), вторичные (зеленый, оранжевый, фиолетовый) и третичные, образующиеся как промежуточные цвета (рис. 2). С разделением цветов на категории, наблюдается более заметная градация светлости, насыщенности и тона. Опыт, подкрепляемый мнения большинства людей о конкретном цвете, развивает понятие гармоничности [6].



Рисунок 2 – Категории цвета по И. Иттену

Однако на практике, по другим исследованиям И. Иттена, далеко не каждый человек признает гармоничность того или иного цвета, что вызывает больше интереса к изучению психики человека и причин, по которым восприятие разнится. Попытки создания гармоничного сочетания порождают больше расхождений во мнениях и тем самым вносят ясность о личности человека, о его индивидуальных качествах и предпочтениях. Таким образом, И. Иттен пришел к выводу, что при обучении человека художественной деятельности, ему необходимо создавать искусство, исходя из собственной души. Именно так возникают субъективные цвета – цвета, не зависящие от общего предпочтения, а лишь от индивидуального мышления и чувства [6].

В ходе проведения анализа современной моды были рассмотрены актуальные показы и изучены образы, детали, силуэты и материалы, которые предлагает дизайнер, интерпретируя свои взгляды на мир через костюм.

В модных показах нарядных коллекций в основном наблюдается

опора на определенные формы, цветовые решения и аксессуары: платья из легких драпируемых тканей, бархата, кожи, сатина. В цветовом решении особенно распространены оттенки черного, фиолетового и синего. В категории блестящих тканей преобладают золотистые. Прослеживается разнообразная комбинация материалов и многослойность, придающая женским костюмам объем. В модных показах также часто встречаются комплекты из атласных и шелковых тканей. Популярны платья и юбки А-силуэта, представленные в длине макси и миди.

Показ коллекции prêt-a-porter модного дома Dior осень-зима 2025-2026 гг. представил укороченные кринолины, а также бюстье и корсеты, дополненные молниями и застежками для создания объемов, гибкости и легкости в образе. На моделях различные жакеты из бархата и денима, а также рубашки с объемными оборками и декоративной вышивкой и платья из легкого черного шифона.

Коллекция модного дома Alexander Mcqueen осень-зима 2025–2026 гг. была представлена в красных, белых и лавандовых расцветках. На моделях разнообразные воздушные и струящиеся текстуры платьев, воланы, рюши, кружева, полупрозрачные ткани, объемные оборки.

Таким образом, можно сделать вывод об актуальности следующих цветов: синий, лавандовый, белый, золотистый, черный, фиолетовый, красный. Ведущие дизайнеры стремятся выразить элегантность и женственность путем выбора легких, мерцающих и струящихся материалов, а также уверенность и дерзость в контрастных цветовых сочетаниях. Коллекции выглядят уникально и стильно, что притягивает внимание окружающих.

На основании изучения научной литературы и практики моды были выделены тенденции цветовых решений в современной моде и на основе одной из комбинаций была разработана коллекция нарядной женской одежды для молодежного сегмента потребителей (рис. 3).



Рисунок3 – Эскизы коллекции, лето 2026 г.

Ключевыми цветами проектируемой коллекции послужили черный и фиолетовый цвета, обладающие двойственными, неопределенными психологическими свойствами. Принято считать, что черный цвет является символом меланхолии, траура, тяжести. Фиолетовый цвет ассоциируется с одиночеством и отчужденностью. Несмотря на устоявшиеся негативные характеристики, потенциальный потребитель, желающий приобрести комплект такой одежды, может обнаружить эстетичность и привлекательность в подобной комбинации цветов. С противоположной точки зрения, черный цвет считается роскошным и универсальным, а фиолетовый – загадочным и успокаивающим. Таким образом, не существует конкретной характеристики черного, фиолетового и любого другого цвета, поскольку каждый человек, его внутренний мир и восприятие индивидуальны [6].

При сборе материалов для разработки коллекции было проведено маркетинговое исследование. Из проведенного социального анкетирования были выбраны вопросы, относящиеся к тематике научно-исследовательской работы, а именно к восприятию опрашиваемой группой людей цвета. Ниже приведены вопросы, диаграммы-статистики и выводы по каждой из них (рис. 4, 5).

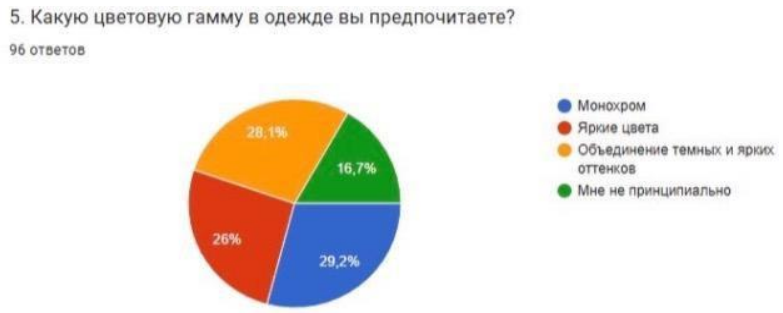


Рисунок 4 – Предпочтения в цвете

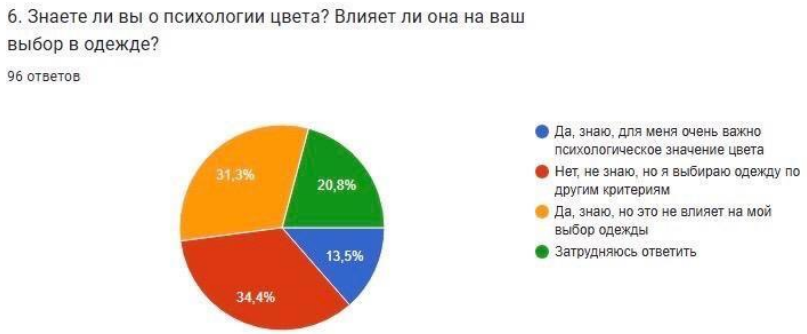


Рис. 5 – Уточнение знаний о психологии цвета

Количество опрошенных, заинтересованных в монохромном и ярком цветовом решении разделились с небольшой разницей (29,2% и 28,1%), средняя часть опрошенных выбирает сочетание темных и ярких оттенков в костюме, меньшая часть не имеет конкретных предпочтений.

Большая часть опрошенных не имеет представления о психологии

цвета и выбирает одежду по своим предпочтениям (34,4%), далее следует часть тех, кто знает о данном понятии, но не опирается на него при выборе одежды (31,3%), затем следует часть тех кто затрудняется ответить (20,8%), а самая меньшая часть опрошенных знает о психологии цвета и опирается на нее при выборе одежды (13,5%).

Большая часть опрошенных предпочитает привлекать к себе внимание при помощи одежды (53,1%), средняя часть опрошенных ориентируется на повод или настроение (30,2%), меньшая часть не стремится выделяться при помощи одежды (16,7%) (рис. 6).

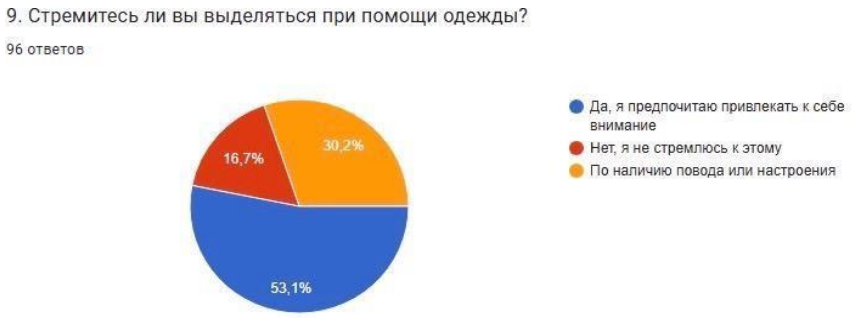


Рисунок 6 – Стремление к привлечению внимания

В ходе выполнения научно-исследовательской работы было доказано, что влияние цвета на психологическое восприятие человека зафиксировано как научное явление, однако оно не является устойчивым в связи с абсолютной индивидуальностью людей и их предпочтений, ассоциаций. Тем не менее, нельзя сказать, что устоявшиеся убеждения об определенных цветах в одежде обладают ложными характеристиками. Разработанная коллекция нарядной женской одежды содержит в себе контрастное сочетание черного и фиолетового цветов, которое можно воспринимать как оригинальное, так и недопустимое с точки зрения психологии. На основании изученной литературы и проведения практического анализа цвета в модной индустрии можно предположить, что психологическое значение цвета остается относительным: значение того ли иного цвета зависит исключительно от внутреннего мира и личного мировоззрения человека. На данный момент установить четкие параметры восприятия цвета человеком не представляется возможным, однако создает новые, углубленные вопросы, нуждающиеся в дальнейшем изучении.

Список использованных источников

1. Цветоведение и основы колориметрии : учебник и практикум для вузов / В. П. Лютов, П. А. Четверкин, Г. Ю. Головастиков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2026. – 216 с. – (Высшее образование). – URL: https://urait.ru/bcode/584145.

2. Дизайн-проектирование костюма : учебное пособие для вузов /

С. В. Мелкова. – 2-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 91 с. – (Высшее образование). – URL: https://urait.ru/bcode/496584.

3. Художник о красках / Ф. И. Рерберг. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 210 с. – (Антология мысли). – URL: https://urait.ru/bcode/567013.

4. Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2023. – URL: https:/ /www.kubsu.ru/sites/default/files/faculty/dizayn_i_arhitektura_-_sintez_teorii_i_praktiki._sbornik_nauchnyh_trudov_2023_g.pdf.

5. Нейрофизиология: основы психофизиологии : учебник для вузов / В. И. Циркин, С. И. Трухина, А. Н. Трухин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2026. – 576 с. – (Высшее образование). – URL: https://urait.ru/bcode/587941.

6. Психосемантика цвета: учебник для вузов / П. В. Яньшин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 417 с.

© Зиновейкина М.О., 2026
© Зимина О.А., 2026

О. П. Иваненко,
старший преподаватель
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНЫЙ КОМПОНЕНТ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ ИНТЕРЬЕРА

В статье рассматривается специфика художественного образа в дизайне интерьера как ключевого инструмента формирования эмоционально-эстетического восприятия человека. Уделяется внимание взаимосвязи функционального назначения интерьерного пространства с его художественной интерпретацией. Рассматриваются факторы влияния социокультурной среды на проектные решения.

Ключевые слова: художественный образ**,** дизайн интерьера**,** средовая композиция, предметно-пространственная среда, эмоциональное восприятие, художественное отражение, функциональный процесс.

Тема художественного образа затрагивается исследователями различных областей научных знаний: эстетики, философии,

искусствоведения, психологии. В широком смысле художественный образ является языком искусства, обобщенным художественным отражением действительности, облеченным в форму конкретного индивидуального явления [2].

Интерьерные пространства во все времена являлись ареной самовыражения дизайнеров, воплощением творческих идей и культурных смыслов. Решая проектную задачу, дизайнер интерьера определяет несколько ориентиров для достижения цели – создания гармоничного целого. Одним из таких ориентиров выступает интерпретация предметного, цветового, фактурного наполнения интерьерного пространства. Авторская интерпретация представляет собой сложную структуру, призванную определять эмоционально-эстетическое восприятие человека. В проектировании язык преобразования пространства во многом отождествляется с художественным отражением действительности, созданием образности в предметно-пространственной композиции. Любой предмет или их совокупность в интерьере определяются не только их функциональным назначением, но и несут образную информацию, свободную от функции.

Художественный образ неоднократно рассматривался как в контексте формообразования культурно-бытовых объектов дизайна, так и в формировании среды обитания человека. Смысловые аспекты художественности, образности в дизайне можно найти в работах А.В. Иконникова, В.Т. Шимко, Г.Б. Минервина, Г.Л. Демосфеновой, О.Б. Чепуровой, Е.В. Жердева.

В частности, В.Т. Шимко выделяет несколько противоположных по характеру эмоциональных состояний или их сочетаний, имеющих прямую взаимосвязь с функциональным содержанием средовой композиции. Связь осуществляется посредством психофизиологических характеристик процесса, формирующих эмоциональный климат среды. К таким состояниям относятся: торжественные, героические, монументальные. Этим состояниям противопоставляются: интимные, камерные, заземленные. Состоянию деловитости, целеустремленности, рациональности противопоставляются состояния отдыха, расслабленности, погруженности в развлечения. Примерами таких состояний могут выступать: промышленные объекты – дух деловитости, отдых – объекты рекреации; значительным общественным сооружениям свойственна парадность, торжественность. Камерность – отличительная особенность жилых пространств [6].

Следует отметить, что рассмотренные функциональные связи с эмоциональным состоянием человека не всегда являются устойчивыми. Созданная дизайнером образная атмосфера интерьера может передавать неоднозначные эмоциональные оттенки, зависящие от происходящих в этом пространстве процессов. Для современного интерьера характерна

полифункциональность. В одном интерьере последовательно или одновременно могут происходить разные процессы: пространство для приема пищи совмещается с зоной отдыха, существуют образовательно-производственные, торгово-выставочные, культурно-развлекательные и другие.

Анализируя художественный образ в отечественных интерьерах, О.И. Кирьянов выделяет историко-идеологический фактор как основу художественного образа. Смена исторических этапов, а именно определённые качественные изменения в социально-экономической, политической, культурной и других сферах жизни общества, приводит к необходимости формирования новой концепции, новых проектных подходов в проектировании интерьера. Некоторые приведенные автором периоды и их характеристики:

– 1917–1920-е годы: период всестороннего социального, эстетического, художественного обновления;

– 1930-е годы: зарождение концепции советского интерьера, вынужденная эклектика;

– 1940–1950-е годы: стилевой приоритет «сталинского ампира», новый классицизм;

– 1960-е годы: типовые малогабаритные квартиры, запрос на типовую, трансформирующуюся мебель;

– 1960–1980-е годы: совмещение противоречивых качеств: простота и скромность, заявленные в идеологии и стремление к роскоши, шику на практике; функциональность и элегантность эстетики и гонка за редкими хрусталем, текстилем как отражение массовых вкусов и установок; массовость, однотипность, экономичность в производстве и обращение к кустарным промыслам, предоставлявшим большой стилистический выбор[1].

На восприятие интерьерного пространства будут влиять не только его внутренняя организация, репрезентация социокультурной среды, но и внутреннее состояние человека, способность соотносить те или иные впечатления от предметно-пространственной композиции с его индивидуальными предпочтениями, интересами. Соответственно, все зрительные впечатления в среде могут ассоциироваться в сознании потребителя с реальными эмоциональными переживаниями прошлого, рассматриваться как источники эмоциональной и идейно-содержательной оценки средового объекта [3].

Существенное значение в формировании образа интерьера имеют исходные геометрические данные проектируемого пространства, планировочная структура и объемно-пластические характеристики оконных, дверных проемов, конфигурация стен, высота потолков. Перечисленные архитектурные элементы являются не только частью конструктивной системы или участвуют в формообразовании здания, но и

играют важную роль в организации предметно-пространственных взаимосвязей в интерьере. Такие элементы несут определенный смысл, могут быть по-разному интерпретированы и визуально видоизменены, а также включены в художественно-образный контекст.

Таким образом, работая над проектом, дизайнер собирает образ интерьера из облика линий, сочетаний пятен, цветового решения, световых сценариев и контуров реальных объектов, эквивалентом которых выступает искомое автором эмоциональное состояние, набор впечатлений. Соотносит выбранные средства с традициями, социальными запросами, потребностями местного социума. Устанавливается взаимосвязь функциональных характеристик средового процесса и эмоционального состояния человека. Учитываются объемно-пластические характеристики архитектурных элементов в интерьере в контексте их выразительных свойств.

Построение проектной работы над интерьером, учитывающее художественно-образные аспекты в техническом задании, будет способствовать поиску новых средств воздействия на зрителя, созданию выразительных предметно-пространственных композиций, реализации авторского замысла.

Список использованных источников

1. Кирьянов, О. И. Взаимосвязь художественного образа и стилистических особенностей в отечественных интерьерах конца XX – начала XXI вв. : диссертация кандидата искусствоведения: 17.00.04. – Москва, 2019. –192 с.

2. Кононенко, Б. И. Культурология. Большой толковый словарь. – Москва : Вече, АСТ, 2003. –509 с.

3. Кулененок, В. В. Эмоционально-образная среда: типология, принципы и методология дизайн-проектирования. Витебск: ВГУ имени П. М. Машерова. Искусство и культура. 2017. – № 3 (27). – С. 60–65

4. Трусов, Ю. В. К проблеме художественного образа в дизайне интерьера // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2, Филология и искусствоведение. – 2010. – № 1. – С. 207–210.

5. Шулика, Т. О. Создание среды с активно выраженным эмоциональным характером Architecture and Modern Information Technologies. – 2017. – № 1(38).– С. 354–370 [Электронный ресурс]: URL: https://marhi.ru/AMIT/2017/1kvart17/PDF/27_AMIT_38_SHULIKA_PDF.pdf.

6. Шимко, В. Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование. Основы теории (средовой подход). М.: Архитектура-С, 2009. – 408 с.

© Иваненко О.П., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

М. Е. Карагодина,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

СОВРЕМЕННЫЕ МАТЕРИАЛЫ В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРА КАК ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭСТЕТИКИ, ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

В статье проводится комплексный анализ современных материалов, используемых в практике дизайна интерьеров XXI века. Рассматривается переход от традиционных ресурсов к инновационным решениям, движимым достижениям в области технологий, экологическими императивами и изменением социальных парадигм. Выделяются ключевые категории материалов. Исследуется их влияние на функциональность, эргономику, эмоциональное восприятие пространства и устойчивое развитие.

Ключевые слова: дизайн интерьера, современные материалы, умные материалы, устойчивый дизайн (sustainability), переработанные материалы, нанотехнологии, биофильный дизайн, функциональность, эстетика.

Дизайн интерьера как дисциплина всегда находился в прямой зависимости от дисциплины материаловедение. Если XX век ознаменовался триумфом бетона, стекла и хрома, то начало XXI века характеризуется глубинным синтезом технологий, экологии и эстетики. Современные материалы перестали быть пассивным элементом отделки, превратившись в многофункциональные системы, способные реагировать на изменения окружающей среды, улучшать качество жизни человека и минимизировать антропогенную нагрузку на планету.

Разработка и внедрение новых материалов обусловлены тремя основными факторами: технологический прогресс, потребность в экологичности, потребность в повышенном физическом и психологическом комфорте. Таким образом, достижения в области нанотехнологий, 3D-печати, биотехнологий и робототехники позволили создавать материалы с заранее заданными, а зачастую и программируемыми свойствами. Исчерпаемость ресурсов и осознание экологического кризиса привели к запросу на «зеленые» решения такие как: материалы с низким углеродным следом, полностью перерабатываемые материалы или произведенные из возобновляемого сырья. А так же современный дизайн сфокусирован на здоровье и комфорте пользователя. Это создает спрос на материалы, улучшающие качество воздуха, акустику, психоэмоциональное состояние (биофильный дизайн) и обеспечивающие инклюзивную среду.

Классификация и анализ современных материалов

В качестве первой категории рассмотрим умные и отзывчивые материалы (Smart & Responsive Materials) это материалы, способные динамически изменять свои свойства в ответ на внешние стимулы: свет, температуру, давление, электрическое поле. К ним относятся: фотолюминесцентные материалы, термочувствительные материалы, самовосстанавливающиеся материалы. Фотолюминесцентные материалы и материалы с переменной прозрачностью: смарт-стекло (электрохромное, PDLC-стекло) позволяет одним нажатием кнопки переключаться между прозрачным и матовым состоянием, обеспечивая динамический контроль конфиденциальности и освещенности. Фотолюминесцентные пигменты, интегрированные в краски или покрытия, накапливают световую энергию и мягко подсвечивают в темноте, создавая навигацию и декоративные эффекты без энергозатрат. Термочувствительные материалы: термохромные краски меняют цвет в зависимости от температуры, предлагая интерактивные поверхности для кухонь, ванных комнат или детских. Материалы с фазовым переходом (PCM) интегрируются в штукатурки или гипсокартон для пассивного терморегулирования, поглощая избыточное тепло днем и отдавая его ночью. Самовосстанавливающиеся материалы (Self-healing): полимеры и композиты с микрокапсулами, содержащими «заживляющий» агент. При появлении царапины капсулы разрушаются, и агент заполняет повреждение. Применяются для напольных покрытий, мебельных фасадов, увеличивая долговечность и снижая необходимость в замене.

Следующей категорией рассмотрим материалы, основанные на принципах устойчивого развития (Sustainable Materials) их производство и использование не истощают природные ресурсы и не наносят вреда окружающей среде – переработанные и апсайкл-материалы. Переработанный бетон и кирпич: создаются из строительных отходов, сохраняя эстетику индустриального стиля, но с drastically reduced carbon footprint. Стекло и пластик: столешницы из переработанного стекла (например, Vetrazzo), текстиль и напольные покрытия из переработанных ПЭТ-бутылок, рыболовных сетей (нейлон ECONYL). Апсайкл: использование материалов, не предназначенных для интерьера, но получивших новую жизнь: обои из переработанной бумаги, мебель из старых промышленных поддонов, элементы декора из отходов производства. Биоматериалы и био-based композиты – это rapidly growing segment, где материалы выращиваются или производятся из возобновляемой органики. Мицелиальные композиты (Mycelium): «кирпичи» и акустические панели, выращенные из грибного мицелия и сельскохозяйственных отходов. Полностью биоразлагаемые, легкие и обладающие отличными тепло-звукоизоляционными свойствами. Биопластики: созданные на основе кукурузного крахмала, водорослей или

целлюлозы, они используются для производства светильников, декоративных элементов и мебели. Натуральные композитытакие как панели из прессованного тростника, бамбука, пробки. Бамбук, как быстровозобновляемый ресурс, используется для напольных покрытий, мебели и текстиля (бамбуковый вискоза). Пробка ценится за тактильные качества, акустические и теплоизоляционные свойства.

Так же стоит остановить внимание на Материалах с расширенными эстетическими и тактильными свойствами. Современные технологии позволяют переосмыслить эстетику традиционных материалов. Например жидкий металл и гибкий камень. Гибкий камень – это натуральный камень, слой которого в несколько мм нанесен на полимерную основу. Материал становится гибким, легким и пригодным для отделки криволинейных поверхностей. Технологии напыления жидкого металла позволяют создавать бесшовные, антибактериальные и долговечные поверхности (для кухонь, ванн, мебели) с футуристичным видом. Так же используется бетон с новыми свойствами. Помимо переработанного, появляется ультра-легкий и гибкий бетон (например, с добавлением фибры), прозрачный бетон (LiTraCon), интегрирующий оптические волокна, что создает уникальные световые эффекты. Еще одним материалом, дающим дизайнеру простор для творчества являются Акустические 3D-панели. Они изготавливаются из гипса, дерева, МДФ или даже переработанного текстиля. Выполняют не только декоративную, но и важнейшую функциональную роль – поглощение шума, что критично для современных планировок «открытых пространств» (open-space).

Интеграция этих материалов приводит к смене парадигмы в дизайне интерьера. Интерьер перестает быть статичным – формируется динамическое пространство. С помощью смарт-стекла, светодиодных поверхностей и кинетических элементов пространство может трансформироваться под нужды пользователя. Дизайн все больше ориентируется на тактильность, акустику и обоняние – внедряется мультисенсорность. Натуральность пробки, тепло дерева, тактильный контраст шлифованного бетона и мягкого текстиля – все это создает глубокий и запоминающийся опыт. Антибактериальные покрытия с ионами серебра, мицелиальные панели, регулирующие влажность, фитостены и материалы, улучшающие качество воздуха (например, краски с функцией очистки воздуха за счет фотокаталитического эффекта), становятся стандартом для «здорового» дома. Поверхности становятся интерфейсами. Светодиодные технологии (Micro-LED) позволяют превращать в экран любую стену или столешницу. Материалы интегрируются с системами умного дома.

Несмотря на потенциал, внедрение инновационных материалов сталкивается с проблемами: высокая стоимость, не изученность, подделки по экологичность материалов, которые таковыми не являются.

Современные материалы коренным образом меняют дизайн интерьеров, стирая границы между отделкой, обьектом и живой природой. Они трансформируют пространство из статичной оболочки в динамичную, отзывчивую и «живую» среду, которая заботится об экологии планеты и психофизическом комфорте человека.Будущее развитие лежит в области дальнейшей конвергенции технологий таких как: нанотехнологии, 4D-печать, биодизайн. Нанотехнологии позволят создавать поверхности с программируемыми свойствами (самоочистка, изменение цвета и текстуры). 4D-печать (где объект после печати может трансформироваться во времени под воздействием стимула) откроет возможности для создания адаптивной мебели и интерьерных элементов. Биодизайн, где материалы не производятся, а выращиваются (бактериальная целлюлоза, искусственный паучий шелк), станет новой нормой, максимально приближая интерьер к природным экосистемам.

Таким образом, современный дизайнер интерьера должен быть не только художником, но и технологом, экологом и отчасти футурологом, чтобы грамотно оперировать этим новым, расширенным словарем материалов, создавая не просто красивые, но и умные, здоровые и ответственные перед будущим поколениями пространства.

Список использованных источников

1. Гельфонд, А. Л. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений / А. Л. Гельфонд. - Москва : Архитектура-С, 2006.

2. Минервин, Г. Б. Дизайн архитектурной среды : учебник для вузов / Г. Б. Минервин, А. П. Ермолаев, В. Т. Шимко и др. - Москва : Архитектура-С, 2006. - 504 с. - ISBN 5-9647-0031-4.

3. Пайл, Д. История дизайна интерьера. 6000 лет истории / Д. Пайл, Д. Гура. – Москва : Астрель, 2011. - 464 с. - ISBN 978-5-271-37961-1.

4. Сироткин, О. С. Основы современного материаловедения : учебник / О. С. Сироткин, Р. О. Сироткин. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 381 с.

5. Соколова О. «Хочу красивый интерьер. Как создать вау-проект без дизайнера в любой квартире» / Издательство: Манн, Иванов и Фербер/ ISBN: 978-5-00195-736-2. – 240 с.

6. Соловьёв, Н. К. Всеобщая история интерьера / Н. К. Соловьёв, М. Т. Майстровская, В. С. Турчин, В. Д. Дажина. - Москва : Эксмо, 2013. - 784 с. - ISBN 978-5-699-53727-3.

7. Эддингтон, М. Умные материалы и новые технологии в архитектуре и дизайне [Электронный ресурс] / М. Эддингтон, Д. Шодек ; пер. с англ. – Architectural Press, 2005. – URL: https://books.google.ru/books?id=QZZ2ixakJ1gC&hl=ru&lr=&num=20&source=gbs_citations_module_r&cad=2 (дата обращения: 02.06.2026).

© Карагодина М.Е., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

А. В. Карпина,
студентка кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета
г. Краснодар, РФ

Ю. В. Гуменная,
доцент кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета
г. Краснодар, РФ

А. А. Романова,
старший преподаватель кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета
г. Краснодар, РФ

РАЗВИТИЕ ДОРОЖНО-ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КАК ФАКТОР ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ В САНАТОРНЫЙ КОМПЛЕКС (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА-КУРОРТА СОЧИ)

В работе представлен анализ влияния развития дорожно-транспортной инфраструктуры на привлекательность санаторно-курортного комплекса города Сочи. Рассматривается текущее состояние транспортной системы, её роль в обеспечении доступности курорта для лечебно-оздоровительных туристов. На основе анализа источников выявлены ключевые проблемы и предложенынаправления совершенствования транспортной инфраструктуры.

Ключевые слова: дорожно-транспортная инфраструктура, санаторно-курортный комплекс, транспортная доступность, город Сочи, лечебно-оздоровительный туризм.

Сочи – крупнейший курортный город России и важный транспортный узел, а также крупный экономический и культурный центр черноморского побережья России. Неофициально именуется также летней, южной и курортной «столицей» России. Развитие города как курорта исторически связано с совершенствованием его транспортной системы.

Актуальность исследования обусловлена тем, что транспортная инфраструктура играет ключевую роль в развитии рекреационно-туристического комплекса. В случае Сочи её состояние напрямую влияет на привлекательность региона для туристов, заинтересованных в санаторно-курортном лечении, а также на общий туристический потенциал территории.

Цель исследования: оценить влияние состояния и перспектив развития дорожно-транспортной инфраструктуры на привлекательность г. Сочи как центра санаторно-курортного туризма и предложить направления её

модернизации.

Теоретические аспекты

В современной экономике конкуренция между территориями обостряется, что заставляет искать уникальные ниши и факторы развития. Для санаторно-курортных учреждений транспортная доступность является одним из ключевых факторов привлечения туристов.

Как отмечают исследователи, транспортная инфраструктура играет ключевую роль в развитии рекреационно-туристического комплекса. В случае курортных городов её состояние напрямую влияет на привлекательность региона для туристов, а также на общий туристический потенциал территории.

Анализ дорожно-транспортной инфраструктуры города-курорта Сочи.

Общая характеристика.

Современное состояние транспортной инфраструктуры любого города складывается под воздействием целого ряда объективных факторов. Среди них – географические и природные условия: рельеф местности, климат, геологическое строение территории. Именно они во многом определяют доступные виды транспорта, сложность прокладки магистралей и, как следствие, связанность городских районов.

Город Сочи в этом смысле представляет собой показательный пример. Вытянутый вдоль Черноморского побережья и зажатый между морем и Кавказскими горами, он изначально сталкивался с серьёзными ограничениями для развития наземного транспорта. Горный рельеф, наличие крутых склонов, многочисленных водотоков и сложные инженерно-геологические условия долгое время сдерживали строительство новых дорог. Однако в процессе развития города эти препятствия были преодолены с помощью инженерных решений – возведения эстакад, тоннелей и многоуровневых развязок. Таким образом, природные ограничения не стали непреодолимым барьером, а лишь задали вектор для поиска более сложных и дорогостоящих, но технически реализуемых проектов.

Наряду с природными факторами, на состояние транспортной инфраструктуры влияют и градостроительные решения. От того, насколько грамотно спланирована сеть дорог, размещены жилые и общественные зоны, зависят не только комфорт передвижения горожан, но и общая эффективность транспортной системы. В Сочи, где туристический поток многократно превышает численность постоянного населения, рациональное проектирование становится особенно важным: оно позволяет снизить перегруженность в пиковые сезоны и повысить безопасность дорожного движения.

Воздушный транспорт.

Особую роль в транспортной системе Сочи играет воздушный

транспорт. Международный аэропорт Сочи, расположенный в Адлерском районе (поэтому в обиходе его часто называют аэропортом Адлер), является крупнейшим авиаузлом на юге России. Он обслуживает не только сам город и его агломерацию, но и весь Черноморский побережье Краснодарского края, принимая рейсы из большинства регионов страны и из-за рубежа.

Аэропорт занимает в стране 5-е место по пассажирообороту (свыше 11 млн пассажиров) [1]. Аэропорт обслуживает рейсы 40 авиакомпаний по 60 направлениям. Наибольшая частота рейсов приходится на направления: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск.

Благодаря аэропорту Сочи сохраняет круглогодичную доступность для туристов, что критически важно для города, чья экономика во многом зависит от курортной отрасли.

Железнодорожный транспорт.

Сочи – крупный транспортный узел Юга России. Город обслуживает шесть железнодорожных вокзалов: Сочи, Адлер, Лазаревская, Хоста, Красная Поляна, Лоо и множество железнодорожных платформ для остановки электропоездов.

В связи с вытянутостью территории города, городские пассажирские перевозки производятся также электропоездами. Благодаря проведению зимней Олимпиады-2014, систему городской электрички развили и модернизировали. Железнодорожная магистраль была проведена в Сочи после того, как город стал популярным курортом.

Автомобильная инфраструктура.

Автомобилизация (насыщенность автомобильным транспортом) города Сочи, согласно официальным данным на 2015 год (АВТОСТАТ), составляет 435 автомобилей на 1000 жителей.

Динамика автомобилизации:

– 2010 г. – 279 авт./1000 чел.;
– 2011 г. – 298 авт./1000 чел.;
– 2012 г. – 446 авт./1000 чел.;
– 2013 г. – 452 авт./1000 чел.;
– 2014 г. – 323 авт./1000 чел.;
– 2015 г. – 435 авт./1000 чел.

Для сокращения движения транзитного автотранспорта через центр города построили Объездную автодорогу. Также есть два фуникулёра и три канатные дороги.

Проблемы транспортной системы.

Основными проблемами состояния существующей улично-дорожной сети города являются:

– Пробки. Чаще всего возникают в утренние и вечерние часы, когда водители спешат на работу или возвращаются домой.

– Перегрузка дорог. Дороги Сочи перегружены примерно в три раза и не

рассчитаны на такое количество машин. Происходит из-за круглогодичной курортной направленностью города (летом – пляжный отдых, зимой – горнолыжный спорт).

Влияние транспортной инфраструктуры на развитие санаторного комплекса.

Транспортная инфраструктура Сочи является одной из самых современных и развитых в России, хотя и имеет свои недостатки. Благодаря крупным проектам и постоянному улучшению дорожной сети, аэропорта и железнодорожного сообщения, а также развитию общественного транспорта, город обеспечивает жителям и туристам высокий уровень мобильности и удобства передвижения.

Аэропорт Сочи является одним из главных точек притяжения в городе. Благодаря аэропорту преодоление больших расстояний стало не проблемой как для сочинцев, так и для всех близлежащих городов.

Так же развита система автобусов и электричек, охватывающая все районы города и обеспечивающая достаточное количество маршрутов для удобного перемещения. Модернизация транспортных средств, внедрение новых технологий и систем оплаты позволяют создавать комфортные условия для пассажиров.

Однако, как отмечается в источниках, «несмотря на достигнутые успехи в развитии транспортной инфраструктуры города Сочи, некоторые проблемы все еще требуют решения. Растущее количество автомобилей приводит к перегруженности дорог и заторам в часы пик».

Для санаторно-курортного комплекса это создаёт дополнительные трудности, так как лечебно-оздоровительные туристы часто предъявляют повышенные требования к комфорту и предсказуемости перемещений.

Предложения по улучшению транспортной инфраструктуры.

Для развития транспортной сети города-курорта Сочи необходимо принять ряд мер, направленных на повышение доступности санаторно-курортных учреждений, улучшение условий для путешественников и интеграцию района в межрегиональные туристические маршруты.

Проведённый анализ позволяет выделить несколько ключевых направлений, работа над которыми способна существенно повысить качество транспортного обслуживания как жителей, так и гостей города-курорта. Эти направления охватывают как капитальную реконструкцию существующих магистралей, так и точечные меры по улучшению доступности санаторных комплексов.

Первое и, пожалуй, наиболее очевидное направление связано с *реконструкцией и модернизацией автомобильных дорог.* Особого внимания здесь требуют трассы, ведущие к крупным санаторным учреждениям, поскольку именно по ним ежедневно перемещаются основные потоки отдыхающих. Устаревшее покрытие, узкие проезжие части и отсутствие тротуаров во многих местах не только снижают комфорт, но и создают

аварийные ситуации. Таким образом, плановая реконструкция этих участков должна стать приоритетом городских властей.

Второе направление тесно связано с первым, но касается более сложной проблемы – *улучшения транспортной доступности отдалённых районов*. В дождливую погоду грунтовые дороги, подходящие к некоторым санаториям и базам отдыха, размокают и становятся фактически непроезжими для обычного легкового транспорта. Это приводит к срыву трансферов, опозданиям и негативным отзывам туристов. Решение видится в комплексе мер: там, где позволяет рельеф и плотность застройки, необходимо провести асфальтирование; в менее загруженных местах – как минимум регулярное грейдирование и отсыпку щебнем. Без этого даже самые привлекательные природные уголки останутся труднодоступными.

Третье направление касается *общественного транспорта*. Сегодня его парк в Сочи во многом устарел как морально, так и физически. Низкий пол, кондиционеры, удобные сиденья – это не роскошь, а базовая потребность для курортного города, где туристы с багажом и дети составляют значительную долю пассажиров. Параллельно с обновлением подвижного состава необходимо внедрять современные системы безналичной оплаты (включая возможность оплаты банковской картой и смартфоном) и создавать легальные парковочные карманы для такси вблизи вокзалов и гостиниц. Эти меры в совокупности сделают общественный транспорт реальной альтернативой частным автомобилям и такси, разгрузив тем самым центральные улицы.

Наконец, четвёртое направление, которое логично завершает перечень, – это *создание специализированной транспортной системы для санаторно-курортного сектора*. Речь идёт об организации регулярных трансферов от ключевых транспортных узлов (аэропорт, железнодорожный и автовокзалы) непосредственно до санаторных комплексов. Такая система могла бы работать как на коммерческой основе (с участием самих санаториев), так и в рамках муниципального заказа. Главный её результат – снижение хаотичного движения личного транспорта и повышение предсказуемости поездок для отдыхающих, особенно прибывающих группой.

Заключение

Подводя итог проведённому исследованию, можно утверждать, что транспортная инфраструктура выступает одним из ключевых факторов, определяющих привлекательность Сочи как центра санаторно-курортного туризма. Благодаря наличию крупного международного аэропорта, разветвлённой сети железнодорожных вокзалов и модернизированной системе городских электропоездов город сохраняет круглогодичную доступность для туристов из большинства регионов России и из-за рубежа. Однако, как показал анализ, современное состояние дорожно-транспортной системы Сочи сочетает в себе как несомненные достижения, так и серьёзные

нерешённые проблемы. К достижениям можно отнести строительство объездной автодороги, возведение тоннелей и эстакад, позволивших преодолеть сложный горный рельеф, а также масштабную модернизацию железнодорожной ветки, осуществлённую в преддверии Олимпийских игр 2014 года. В то же время сохраняются хронические пробки в часы пик, трёхкратная перегрузка дорог, особенно остро проявляющаяся в высокий туристический сезон, а также неудовлетворительное состояние подъездных путей к некоторым санаторным учреждениям, где грунтовые дороги в дождливую погоду становятся практически непроезжими.

Особого внимания заслуживает то обстоятельство, что отмеченные проблемы транспортной доступности напрямую снижают конкурентоспособность санаторно-курортного комплекса. Лечебно-оздоровительные туристы предъявляют повышенные требования к комфорту, предсказуемости и безопасности перемещений, поэтому любые задержки или затруднения в пути ведут к срыву трансферов, опозданиям и, как следствие, негативным отзывам, что в конечном счёте уменьшает вероятность повторного притока отдыхающих. Иначе говоря, даже самый богатый природно-лечебный потенциал курорта не может быть реализован в полной мере, если дорожная сеть не обеспечивает надёжной и быстрой связи между транспортными узлами и санаторными комплексами.

На основе выявленных проблем в работе были предложены четыре взаимодополняющих направления совершенствования транспортной инфраструктуры. Первое из них касается реконструкции и модернизации автомобильных дорог, в первую очередь тех, которые ведут к крупным санаторным учреждениям. Второе направление связано с улучшением транспортной доступности отдалённых районов, где требуется либо асфальтирование, либо регулярное грейдирование грунтовых дорог. Третье направление предполагает обновление парка общественного транспорта, внедрение систем безналичной оплаты и создание легальных парковочных карманов для такси. Наконец, четвёртое направление заключается в создании специализированной транспортной системы для санаторно-курортного сектора, а именно в организации регулярных трансферов от аэропорта и железнодорожных вокзалов непосредственно до санаторных комплексов.

Все перечисленные меры не являются взаимоисключающими; напротив, они дополняют друг друга. Реконструкция дорог повышает пропускную способность, развитие общественного транспорта увеличивает мобильность гостей города, а специальные трансферы решают проблему последней мили. При последовательной реализации этих предложений транспортная система Сочи сможет справляться с пиковыми нагрузками и обеспечивать уровень сервиса, соответствующий статусу крупнейшего российского курорта.

Главный вывод исследования состоит в том, что развитие дорожно-

транспортной инфраструктуры Сочи является не просто фактором удобства передвижения, а критическим условием сохранения и укрепления положения города как ведущего санаторно-курортного центра России. Без решения обозначенных транспортных проблем даже самые привлекательные природные и лечебные ресурсы останутся труднодоступными для значительной части потенциальных туристов, что неизбежно приведёт к снижению конкурентоспособности сочинских санаториев на фоне других курортных направлений.

Список использованных источников

1. Чалова, О. А. Негативное экологическое влияние аэропортов на окружающую местность / О. А. Чалова, И. Ю. Хамдиев, М. В. Васильев. – Текст : непосредственный // Новые импульсы развития: вопросы научных исследований : сборник статей VI Международной научно-практической конференции. – Саратов : НОО «Цифровая наука», 2020. – С. 16–20.

2. Официальный портал города-курорта Сочи : раздел «Транспорт». – Текст: электронный. – URL: https://sochi.ru/zhizn-goroda/transport/ (дата обращения: 14.06.2026).

3. Официальный портал города-курорта Сочи : раздел «Всё о городе: история Сочи». – Текст : электронный. – URL: https://sochi.ru/vsye-o-gorode/istoriya-sochi/ (дата обращения: 14.06.2026).

4. Генеральный план муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края : Приложение к решению Городского Собрания Сочи муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края от 27 декабря 2023 г. № 180. – Текст : электронный // ГАРАНТ.РУ : информационно-правовой портал. – URL: https://base.garant.ru/409426573/89300effb84a59912210b23abe10a68f/ (дата обращения: 14.06.2026)

5. Биржаков, М. Б. Введение в туризм : учебное пособие / М. Б. Биржаков. – Санкт-Петербург : Герда, 2007. – 320 с.

6. Зорин, И. В. Энциклопедия туризма : справочное издание / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – Москва : Финансы и статистика, 2003. – 368 с.

7. Абдурахманова, Л. Р. Влияние транспортной инфраструктуры на развитие туризма в России / Л. Р. Абдурахманова. – Текст : непосредственный // СИЛА систем. – 2019. – № 1 (10). – С. 17–20.

© Карпина А.В., 2026
© Гуменная Ю.В., 2026
© Романова А.А., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

К. М. Коваленко,
студентка
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Е. Карагодина,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

КОЛОНИАЛЬНЫЙ СТИЛЬ В ДИЗАЙНЕ СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРЬЕРА

В статье рассматриваются характерные особенности колониального стиля. Проводится комплексный анализ и систематизация основных принципов проектирования интерьера в колониальном стиле с учетом новых материалов и технологий, эргономики, а так же современных требований предьяюдяемых к жилому пространству.

Ключевые слова: дизайн интерьера, колониальный стиль, современные материалы, планировочные решения, функциональность, освещение, цветовая гамма, эстетика.

Колониальный стиль в интерьере представляет собой уникальное направление, возникшее в результате культурного взаимодействия между европейскими странами и их колониями в Азии, Африке и Латинской Америке. Его формирование началось в XVII-XIX веках, когда европейцы, осваивая новые территории, перенимали элементы местных культур и адаптировали их под привычные каноны классического европейского стиля. В результате возникла эстетика, сочетающая строгость европейской традиции и экзотическую выразительность восточных и южных народов.

В современном понимании колониальный стиль символизирует гармонию между традицией и природой, простоту и комфорт, респектабельность и атмосферу отдыха. Он особенно ценится за способность объединять различные культурные влияния, создавая при этом уютное и благородное пространство.

Первые проявления колониального стиля появились в жилищах европейцев, переехавших в колонии. Архитектура и интерьер их домов были основаны на классических принципах метрополии, однако местный климат, природные условия и доступные материалы существенно повлияли на оформление интерьера. В Великобритании, Франции, Испании и Португалии сформировались собственные колониальные направления.

Например, английский колониальный стиль сочетал традиционные элементы викторианской эпохи с мотивами Индии и Африки – массивную мебель из тёмного дерева украшали резьбой и текстилем с тропическими орнаментами. Французский колониальный стиль отличался большей лёгкостью и изяществом – в нём использовались светлые цвета, изогнутые формы и ажурные элементы, заимствованные из культур Вьетнама и Северной Африки. Так сформировалось направление, в котором каждая деталь несла в себе отпечаток смешения культур. Колониальный стиль вобрал в себя уважение к традициям, любовь к натуральным материалам и стремление создать комфортную атмосферу, защищающую от жары и суеты.

Характерные особенности колониального стиля в современном интерьере проявляются, прежде всего, в способе организации жилого пространства и в характере взаимодействия человека с предметной средой. Для данного стиля важна не только внешняя декоративность, сколько создание особой атмосферы, располагающей к спокойному и размеренному образу жизни. Интерьер воспринимается как пространство для длительного пребывания, где каждая зона ориентирована на определённый жизненный сценарий.

Одной из ключевых особенностей является стремление к пространственной открытости и связанности помещений. Колониальный интерьер избегает излишней изолированности комнат, между ними формируются визуальные и функциональные связи. Даже при наличии перегородок сохраняется ощущение целостности, что достигается за счёт продуманной планировочной структуры и логики движения человека внутри квартиры.

Стилю свойственна комфортная масштабность. Предметы и элементы интерьера подбираются таким образом, чтобы соотноситься с пропорциями человека и габаритами помещений. Пространство не должно подавлять или, наоборот, казаться чрезмерно камерным. Важным становится чувство меры, благодаря которому интерьер остаётся удобным для повседневного использования.

В колониальном интерьере предусматриваются зоны для отдыха, общения, работы, уединения. Помещения проектируются так, чтобы поддерживать различные формы активности в течение дня. Это отличает стиль от сугубо декоративных направлений и делает его особенно подходящим для современного жилья.

Характерной чертой является повествовательность предметной среды. Интерьер формируется как отражение личности владельцев: в нем допускается присутствие личных вещей, памятных предметов, книг, элементов коллекций. Они не выступают случайным набором, а образуют смысловые акценты, создающие ощущение обжитого, индивидуального пространства.

В интерьере избегаются резкие геометрические контрасты, преобладают плавные линии, удобные для восприятия. Это способствует формированию психологически комфортной среды, лишённой излишней напряжённости и формализма.

Интерьер строится не как единый декоративный образ, а как система взамосвязанных уровней: функционального, эмоционального и смыслового. Такое построение позволяет создавать глубину восприятия и делает пространство более живым и выразительным.

Интерьер может выглядеть дорого и благородно, но без демонстративной роскоши. Акцент делается на внутреннем достоинстве пространства, на его удобстве и продуманности, а не на внешнем эффекте.

В колониальном интерьере материалы и цветовая палитра выступают ключевыми средствами формирования художественного образа пространства. В отделке и предметной среде предпочтение отдаётся древесине тика, мербау, ореха и состаренного дуба, которые используются в мебели, напольных покрытиях и декоративных панелях. Важную роль играют ротанг, бамбук и плетёные поверхности, придающие интерьеру лёгкость и визуальную проницаемость. Для напольных покрытий характерно применение массивной доски, инженерной доски с выраженной текстурой, а также керамической плитки с матовой поверхностью. В текстильном оформлении используются плотный хлопок, лён, рогожка, иногда кожа и замша, которые создают ощущение тактильного комфорта и естественности.

Цветовое решение строится на конкретных природных оттенках: бежевом, песочном, тёплом молочном, оттенках охры, терракоты и жжёной глины. В качестве более глубоких тонов применяются коричневый, тёмный орех, приглушённый изумрудный и тёмно-оливковый. Акцентами могут выступать бордово-винные и глубокие синие оттенки, используемые локально в обивке мебели или декоративном текстиле. Такое сочетание позволяет создать выразительный, но сдержанный колорит, основанный на нюансных переходах, а не на резких контрастах.

Формирование интерьера в колониальном стиле основывается на ряде проектных принципов, определяющих логику работы дизайнера с пространством. Эти принципы носят универсальный характер и могут быть применены в условиях современной квартиры независимо от её площади и конфигурации.

Базовым является принцип функционального приоритета. Любое композиционное и декоративное решение должно вытекать из реальных потребностей жильцов. Планировка, расстановка мебели и организация зон подчиняется удобству использования, а не формальному следованию стилю. Благодаря этому интерьер сохраняет практическую направленность.

Следующим выступает принцип целостности композиции. Все помещения рассматриваются как элементы единой системы. Между ними

выстраиваются логические связи через ритм форм, повторение приёмов, согласованность масштабов. Отдельные комнаты не должны восприниматься разрозненно, даже если выполняют разные функции.

Важен принцип иерархии пространств. В квартире выделяются доминирующие и вспомогательные зоны, главные и второстепенные акценты. Такая структура помогает упорядочить интерьер и сделать его понятным для восприятия. Центры композиции формируются в наиболее значимых помещениях, тогда как остальные элементы поддерживают их.

При проектировании учитывается организации гибкости и адаптивности. Интерьер должен допускать изменения во времени: перестановку мебели, появление новых предметов, трансформацию функций комнат. Колониальный стиль не предполагает жёстко зафиксированной схемы, он способен развиваться вместе с образом жизни владельцев.

Существенную роль играет принцип эргономической обоснованности. Все размеры, проходы, высоты и расстояния проектируются исходя из удобства человека. Внимание уделяется маршрутам движения, доступности зон хранения, комфортному использованию оборудования. Это обеспечивает практическую жизнеспособность интерьера.

Ещё один принцип – эмоциональная уравновешенность среды. Пространство не должно вызывать визуального переутомления. Композиция строится на чередовании более насыщенных и спокойных участков, что создаёт благоприятный психологический климат в квартире.

Учитывается принцип сценарного освещения и восприятия. Интерьер формируется с учётом различных ситуаций использования – дневного и вечернего времени, работы и отдыха, приёма гостей. Пространство должно по-разному раскрываться в зависимости от жизненного контекста.

Принципом формирования выступает также индивидуализация. Колониальный стиль рассматривается как основа, которая наполняется личным содержанием конкретной семьи. Дизайнер закладывает возможность проявления характера владельцев через предметы, композиционные акценты и организацию быта.

Завершающим принципом является баланс традиции и современности. При проектировании важно сохранить узнаваемый образ стиля, но не превращать интерьер в стилизацию прошлого. Решения должны соответствовать современным представлениям о комфорте, технологиям и образу жизни.

Подведя итог, можно сделать вывод, что колониальный стиль не только не устарел для применения в современном интерьере, он способен развиваться, адаптироваться под новые материалы и технологии, а так же двигаться в ногу с современным дизайном интерьера.

Список использованных источников

1. Бейти, П. Анатомия цвета. Об истории красок и цветовых решениях в интерьере / П. Бейти. - Москва : МИФ, 2020. – 336 с. - ISBN 978-5-00146326-9.
2. Волков, А. А. Цвет. Свет. Аромат. Принципы атмосферного кода пространства / А. А. Волков, Ю. В. Волкова. – Москва : Эксмо, 2025. - 208 с. - ISBN: 978-5-04-220414-2.
3. Гацура, Г. Мебельные стили. История русского и западноевропейского мебельного искусства / Г. Гацура. - Москва : Московская городская организация Союза писателей России, 2008. – 212 с. – ISBN 5-7949-0068-7.
4. Колониальный стиль в дизайне интерьера: сочетание европейских традиций и экзотики / Artcer : [сайт]. – URL: https://www.artcer.ru (дата обращения: 05.02.2026).
5. Как создать пространство в колониальном стиле / INMYROOM : [сайт]. - URL: https://www.inmyroom.ru (дата обращения: 05.02.2026).
6. Колониальный стиль : особенности и детали / TUDOOR LUXURY INTERIORS : [сайт]. - URL: https://tudoor.ru (дата обращения: 20.03.2026).
7. Колониальный стиль в интерьере : классика и этника / ЛАНСКОЙ : [сайт]. - URL: https://www.tk-lanskoy.ru (дата обращения: 20.03.2026).

© Коваленко К.М., 2026
© Карагодина М.Е., 2026

А. Р. Комаренко,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

С. Г. Ажгихин,
канд. пед. наук, профессор, профессор кафедры дизайна,
компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРА ВАННЫХ КОМНАТ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

В статье рассматриваются принципы дизайн-проектирования ванных комнат для людей с ограниченными возможностями. Изучаются ключевые аспекты эргономики, безопасности и доступности, а также

нормативные требования. Особое внимание уделяется современным технологиям и материалам, способствующим повышению комфорта и самостоятельности пользователей.

Ключевые слова: доступная среда, универсальный дизайн, ванная комната, эргономика, безбарьерная среда, нормативные требования.

Формирование безбарьерной среды для людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) представляет собой одну из ключевых задач современного инклюзивного общества. В условиях глобального старения населения и увеличения числа людей с временными или постоянными нарушениями опорно-двигательных функций проблема доступности жилых помещений приобретает особую актуальность.

Согласно данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), около 15% мирового населения (более 1 млрд человек) имеют ту или иную форму инвалидности, причем с возрастом этот показатель возрастает [9]. В Российской Федерации, по данным Росстата, численность инвалидов превышает 11 млн человек, что составляет 7,5% от общего населения страны. При этом особую категорию составляют маломобильные группы населения (МГН), к которым относятся не только люди с инвалидностью, но и пожилые граждане, беременные женщины, дети дошкольного возраста, а также лица с временными ограничениями подвижности (например, после травм).

Ванная комната традиционно считается зоной повышенного риска из-за скользких поверхностей, ограниченного пространства и необходимости выполнения сложных моторных действий (пересаживание с коляски, использование сантехники и т. д.). Исследования показывают, что более 60% бытовых травм у людей с ОВЗ происходят именно в ванных и санузлах [9]. Это обусловлено не только физическими барьерами, но и недостаточным учетом эргономических требований при проектировании.

В России основные нормативные требования к проектированию доступной среды закреплены в СП 59.13330.2020 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения» (актуализированная редакция СНиП 35-01-2001). Данный свод правил регламентирует:

- минимальные размеры дверных проемов (не менее 90 см);
- необходимость обеспечения зоны разворота коляски (диаметр 1,5 м);
- размещение поручней и опорных элементов;
- требования к покрытию полов (противоскользящие свойства).

Однако, несмотря на наличие нормативной базы, на практике многие дизайн-проекты либо игнорируют эти требования, либо выполняют их формально, без учета реальных потребностей пользователей. Например, стандартные ванные комнаты в типовых квартирах часто не позволяют разместить коляску рядом с унитазом или душем, а установка поручней

осуществляется без учета антропометрии конкретного человека.

Кроме того, существующие нормативы не всегда учитывают современные технологии и материалы, такие как:

– сенсорные смесители, снижающие необходимость применения силы;

– подъемные системы для ванн и душевых кабин;

– умное освещение с голосовым управлением.

Таким образом, проблема дизайн-проектирования интерьеров ванных комнат для МГН требует не только соблюдения нормативных требований, но и индивидуального подхода, учитывающего:

– разнообразие нозологий (колясочники, слабовидящие, люди с нарушениями координации);

– эргономические особенности (антропометрические данные, сила захвата и т. д.);

– психологический комфорт (визуальная простота, отсутствие стигматизирующих элементов).

Перспективным направлением является универсальный дизайн, предполагающий создание пространств, изначально пригодных для всех категорий пользователей, без необходимости последующей адаптации [6]. Внедрение таких решений способствует не только повышению качества жизни людей с ОВЗ, но и экономии средств за счет исключения переделок в будущем.

Основные принципы дизайн-проектирования интерьеров ванных комнат для людей с ограниченными возможностями:

1. Эргономичность пространственной организации интерьера.

Пространственное решение ванной комнаты для маломобильных групп населения (МГН) требует тщательного продумывания зонирования и габаритов помещения. Согласно современным нормативам, минимальная площадь должна составлять не менее 4,5 м², что обеспечивает возможность разворота инвалидной коляски с радиусом 1,5 м [3]. При этом важно учитывать:

– зону маневрирования: необходимо предусмотреть свободное пространство не только перед сантехническими приборами, но и между ними (рекомендуемое расстояние между унитазом и раковиной - не менее 80 см);

– дверные проемы: ширина должна быть не менее 90 см при открывании наружу или использование раздвижных дверей, что исключает блокировку коляски в экстренных ситуациях [3]. Оптимальным решением являются двери с доводчиками и усиленными петлями;

– высотные отметки: все элементы управления (выключатели, полочки, держатели) должны располагаться на высоте 85-120 см от уровня пола для удобства пользователей на колясках.

2. Эргономика расположения санитарно-технического оборудования.

Выбор и размещение сантехнического оборудования требуют особого внимания к эргономическим параметрам:

– раковина. При проектировании раковины для ванных комнат, доступных для маломобильных групп населения, ключевыми параметрами являются: высота установки в диапазоне 80-85 см от пола, обеспечивающая комфортное использование как сидя, так и стоя [4]; конструктивные особенности, включающие открытое пространство под чашей для подъезда коляски (глубиной не менее 65 см и высотой от пола не менее 70 см), оснащение бесконтактными или рычажными смесителями, а также наличие интегрированной опорной поверхности по бокам для размещения гигиенических принадлежностей;

– унитаз. При организации пространства вокруг унитаза для маломобильных пользователей необходимо соблюдать следующие требования: размещение должно обеспечивать расстояние от центра унитаза до боковой стены или поручня не менее 75 см, а передняя зона 1,2×1,2 м для свободного маневрирования коляски [5]; дополнительное оснащение включает установку складных или стационарных поручней диаметром 3-4 см, рекомендуется оснащение системой подогрева сиденья и кнопкой экстренного вызова для обеспечения безопасности и комфорта пользователей;

– душ. При проектировании душевой зоны для маломобильных пользователей необходимо предусмотреть: конструкцию с отсутствием порогов (допустимый перепад уровней не более 2 см), использование поддонов с минимальным бортиком или душевых кабин с нулевым заходом, а также установку складного сиденья размером не менее 45×45 см с опорными ручками; требования безопасности включают обязательное применение антискользящего покрытия с коэффициентом трения R10-R11 [6] и установку термостатических смесителей с защитой от ожогов для предотвращения травматизма.

3. Безопасность и удобство материалов и объектов интерьера.

Обеспечение безопасности и комфорта в ванной комнате для маломобильных пользователей требует комплексного подхода к выбору материалов и оборудования. Напольные покрытия должны обладать коэффициентом трения в мокром состоянии не менее 0,45 (класс R10-R11 по DIN 51130) [7], исключать выраженные стыки и перепады высот, а также отличаться водостойкостью и простотой в уходе – оптимальными решениями являются керамогранит с противоскользящей обработкой и гомогенный линолеум с шероховатой поверхностью.

Осветительные приборы необходимо проектировать с учетом принципов равномерного освещения без слепящего эффекта (цветовая температура 3000-4000 К), размещая дополнительные светильники в зоне душа и у зеркала, а также оснащая систему датчиками движения для автоматического включения; предпочтение следует отдавать

энергоэффективным LED-светильникам с классом защиты IP44 и выше.

Вспомогательные элементы включают поручни и опоры диаметром 3-4 см с рифленой поверхностью, способные выдерживать нагрузку не менее 150 кг [8] и расположенные на высоте 75-85 см от пола, а также дополнительные системы: голосовое управление для включения света и воды, антиконденсатные зеркала и полки с выдвижными механизмами, обеспечивающие максимальное удобство и автономность пользователей.

Проектирование ванных комнат для людей с ограниченными возможностями требует комплексного подхода, сочетающего:

– строгое соблюдение нормативов (СП 59.13330.2020, ГОСТ Р 52875-2018);

–применение эргономичных решений, учитывающих антропометрию различных групп пользователей;

– использование инновационных технологий (умные сенсоры, адаптивная сантехника).

Внедрение принципов универсального дизайна не только повышает безопасность и комфорт, но и способствует социальной интеграции МГН, позволяя им сохранять самостоятельность в быту.

Список использованных источников

1. Андреев А.В. Доступная среда: принципы проектирования. – М.: Стройиздат, 2019. – 256 с.

2. Белова Е.Н. Архитектурная адаптация жилых помещений для инвалидов // Жилищное строительство. – 2020. – № 5. – С. 34–39.

3. Гордеев С.П. Нормативные требования к безбарьерной среде // Строительные нормы и правила. – 2021. – № 3. – С. 12–18.

4. Имри Р. Доступное жилье: качество, инвалидность и дизайн. – Ратледж, 2018.

5. Смит, Дж. (2020). Безопасность ванных комнат для пожилых людей и инвалидов. Журнал доступности и дизайна, 12 (3), 45-58.

6. Стейнфелд Э., Майзель Дж. Универсальный дизайн: создание инклюзивной среды. – Уайли, 2012.

7. Шендина Д.А., Ажгихин С.Г. Преимущества интеллектуальной системы «Умный дом» и способы ее интеграции в жилое пространство. // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики. – 2018. – № 2. – С. 325-328.

8. Хейлиген А. Дизайн для всех: эволюция универсального дизайна // Исследования в области дизайна. – 2019. – Том 40. – С. 1-15.

9. World Health Organization. (2021). Disability and health. – URL: https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health.

© Комаренко А.Р., 2026
© Ажгихин С.Г., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

А. Р. Комаренко,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

С. Г. Ажгихин,
канд. пед. наук, профессор, профессор кафедры дизайна,
компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОСТРАНСТВА В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРОВ МАЛОГАБАРИТНЫХ ВАННЫХ КОМНАТ

Данная статья описывает актуальность проблемы оптимизации пространства в интерьерах малогабаритных ванных комнатах. В ней рассматриваются основные принципы дизайна и функциональности, позволяющие создать эргономичное и комфортное помещение, несмотря на ограниченную площадь.

Ключевые слова: оптимизация пространства, эргономика, функциональность, дизайнерское проектирование, планировка, малогабаритная ванная комната.

Проблема дефицита жилой площади в современных городах приводит к проектированию и строительству жилых помещений с ограниченной площадью, в том числе ванных комнат. Малогабаритная ванная комната представляет собой сложную задачу для дизайнеров и проектировщиков, требующую комплексного подхода к организации пространства и обеспечения его функциональности. Неправильное планирование может привести к неудобству и дискомфорту в использовании помещения, снижая качество жизни. Цель данной статьи – анализ основных принципов дизайна и функциональности, направленных на оптимизацию пространства в малогабаритных ванных комнатах.

Эффективная планировка – основа оптимизации пространства в малогабаритной ванной комнате. Ключевыми моментами являются:

– оптимальное расположение настенных шкафов и полок. Вертикальное пространство – часто недоиспользуемый ресурс. Установка подвесных шкафчиков, полок и ниш над унитазом, раковиной, ванной или душевой кабиной значительно увеличивает возможности хранения, не занимая ценную площадь пола. Шкафы могут быть как открытыми, так и закрытыми, с дверцами или без них, в зависимости от стиля интерьера и предпочтений. Важно подобрать размеры и расположение полок с учетом

удобства доступа к содержимому.

– компактность сантехники, использование в интерьере угловых ванн и душевых кабин. Угловые модели сантехники – оптимальный выбор для малогабаритных ванных комнат. Они экономят место и создают более плавные линии в интерьере, делая пространство менее загруженным. Современные угловые ванны предлагаются в различных размерах и формах. Душевая кабина занимает меньше места, чем ванна, и является более практичным решением для малогабаритных ванных комнат. Угловые раковины занимают минимум места и позволяют освободить пространство для других элементов. Их можно сочетать с угловыми тумбами для хранения. Угловые полотенцесушители компактны и функциональны, экономят место и обеспечивают удобное размещение полотенец. Существуют компактные модели унитазов, которые занимают меньше места, чем стандартные. Унитазы с инсталляцией позволяют спрятать бачок за стеной, экономя пространство и создавая более современный дизайн.

– многофункциональность. Тумба под раковиной – важный элемент хранения. Важно выбирать модели с максимальным количеством выдвижных ящиков, которые позволяют хранить большое количество предметов, не занимая много места. Системы с выдвижными ящиками позволяют использовать всю глубину тумбы эффективно. Встроенные ниши и полки в стенах – отличное решение для хранения мелочей. Они экономят место и создают ощущение организованности. В некоторых случаях можно использовать мебель-трансформер, например, складной столик или зеркало, которое можно сложить, когда оно не используется.

– грамотное функциональное и визуальное зонирование. Визуальное зонирование с помощью цвета, освещения и отделочных материалов помогает разделить функциональные зоны (зона умывания, зона душа/ванны, зона унитаза) и создать иллюзию большей площади. Различные оттенки плитки, освещение и декор помогают создать границы зон.

Функциональное зонирование: использование перегородок (например, стеклянных) или ширм помогает разделить зоны и придать ванной комнате более структурированный вид. Это особенно актуально, если ванная комната совмещена с туалетом.

Выбор сантехники и мебели – важнейший аспект оптимизации пространства. Необходимо отдавать предпочтение моделям с эргономичным дизайном, которые максимально эффективно используют доступную площадь. Раковины с тумбой, подвесные унитазы и душевые кабины с минимальными габаритами являются оптимальным выбором. Мебель должна быть функциональной и компактной, с использованием встроенных систем хранения.

Цветовые решения и освещение играют важную роль в создании визуального эффекта простора. Светлые тона визуально расширяют

пространство, а грамотно организованное освещение подчеркивает архитектуру помещения и создает уютную атмосферу. Использование зеркал, отражающих свет, также способствует визуальному увеличению площади.

Выбор материалов отделки также влияет на восприятие пространства. Глянцевые поверхности визуально расширяют помещение, а использование светлых и однотонных материалов создает ощущение чистоты и порядка.

Эргономичность – ключевой фактор комфорта в малогабаритной ванной комнате. Расстояние между сантехническими приборами должно быть достаточным для удобного пользования. Удобные ручки, достаточная высота полок и крючков – все это способствует созданию комфортной среды. Правильно выбранная высота раковины и душевой кабины также играет важную роль в обеспечении удобства.

Современные технологии предлагают инновационные решения для оптимизации пространства в малогабаритных ванных комнатах. Встраиваемые системы хранения, умные зеркала с подсветкой, компактные системы водоснабжения и энергоэффективное оборудование – всё это способствует созданию комфортного и функционального помещения. Рассмотрим особенности современных технологичных объектов в интерьерах ванных комнат.

Для «умной» сантехники характерно сенсорное управление: раковины, унитазы и душевые кабины со сенсорным управлением позволяют управлять напором воды, температурой и другими параметрами без использования механических рычагов и кранов, что экономит пространство и упрощает дизайн. Например, сенсорные смесители реагируют на движение руки, автоматически включая и выключая воду, регулируя ее температуру.

Унитазы с автоматическим смывом не требуют механических кнопок, что делает дизайн более чистым и лаконичным. Некоторые модели реагируют на присутствие человека, автоматически смывая воду после использования.

Бесконтактные дозаторы мыла и жидкого средства для мытья рук позволяют поддерживать гигиену без необходимости касания диспенсера, что актуально в условиях ограниченного пространства.

Душевые системы с цифровым управлением позволяют программировать режимы душа, включая температуру, напор и продолжительность, упрощая использование и экономя воду.

Интеллектуальные системы хранения. Встроенные шкафы и полки, скрытые за зеркалами или декоративными панелями, позволяют эффективно использовать пространство стен и визуально разгрузить комнату. Некоторые системы включают автоматическое открывание и закрывание с помощью сенсоров или дистанционного управления.

Выдвижные ящики и полки, установленные в тумбах под раковиной

или в стенах, обеспечивают удобный доступ к предметам, не занимая много места. Системы с доводчиками обеспечивают плавное и бесшумное закрывание. Модульная мебель позволяет гибко конфигурировать систему хранения в зависимости от индивидуальных потребностей и размеров ванной комнаты.

Особое удобство и эстетику интерьерам ванных комнат придает интеллектуальное освещение.

Экономичное и долговечное светодиодное LED-освещение позволяет использовать разнообразные сценарии освещения, включая регулировку яркости и цветовой температуры. Встроенные в зеркала светодиодные ленты создают мягкое и равномерное освещение зоны умывания.

Умные светильники могут управляться с помощью смартфона, позволяя создавать различные сценарии освещения, регулировать яркость и цвет света в зависимости от времени суток или настроения. Например, можно задать "утренний" режим с ярким белым светом и "вечерний" режим с мягким теплым светом. Подсветка внутри душевой кабины создаёт уютную атмосферу и улучшает видимость.

Важное значение в дизайне интерьеров ванных комнат имеют инновационные материалы.

Нанопокрытия для сантехники и плитки обеспечивают водоотталкивающие свойства, облегчая уход за поверхностями и предотвращая появление пятен и разводов. Материалы с самоочищающимися свойствами значительно упрощают уборку и поддерживают гигиену в ванной комнате. Умные зеркала с интегрированным дисплеем могут отображать информацию, такую как погода, новости или время, а также могут использоваться для видеосвязи.

Существует также множество других инноваций. Системы вентиляции с датчиками влажности автоматически регулируют работу системы вентиляции в зависимости от уровня влажности, предотвращая образование плесени и грибка. Системы подогрева пола обеспечивают комфортную температуру пола, особенно в холодное время года.

Оптимизация пространства в малогабаритных ванных комнатах требует комплексного подхода, включающего рациональную планировку, грамотный выбор сантехники и мебели, а также использование современных технологий. Правильное сочетание эргономичности, функциональности и эстетики позволяет создать комфортное и уютное помещение, несмотря на ограниченную площадь. При дизайн-проектировании интерьеров малогабаритных ванных комнат необходимо учитывать индивидуальные потребности и предпочтения пользователей, чтобы создать действительно удобное и функциональное пространство.

Список использованных источников

1. Ажгихин С.Г., Трубоба В.В., Паршина Е.С. Основные принципы освещения в интерьере. – 2017. – № 13 (147).

2. Паршина Е.С., Ажгихин С.Г. Световой дизайн: три главных принципа // Сборник научных трудов. – 2016.

3. Самодолов, А. П., Самодолова, О. А., Николаенко, Е. В. Особенности развития «Умных домов» в России. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Строительство и архитектура. – 2021. – № 2. – С. 78-84.

4. Шендина Д.А., Ажгихин С.Г. Преимущества интеллектуальной системы «Умный дом» и способы ее интеграции в жилое пространство // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный универстет, 2018. – С. 325–328.

5. Джонс, Дж. К. Методы проектирования : учебное пособие / Дж. К. Джонс ; Редакция литературы по новой технике и космическим исследованиям. – Москва : Мир, 1986. – 326 с. : ил. – URL: http://books.totalarch.com/design_methods_christopher_jones.

6. OBI / Способы правильного зонирования в квартире. – URL: https://www.domkod.ru/interior/psihologiya-tsveta-v-interere/.

© Комаренко А.Р., 2026
© Ажгихин С.Г., 2026

УДК 747.017.2

А. Р. Комаренко,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. С. Кучеренко,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

«ЖИДКАЯ АРХИТЕКТУРА»: ОПТИЧЕСКИЕ ИЛЛЮЗИИ И ДЕФОРМАЦИЯ ПРОСТРАНСТВА ЗА СЧЕТ КРИВОЛИНЕЙНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ В ИНТЕРЬЕРЕ

Статья посвящена феномену «жидкой архитектуры» как особого направления в проектировании интерьерных пространств, основанного на использовании криволинейных поверхностей для создания оптических иллюзий и деформации восприятия. Рассматривается эволюция понятия от цифровых концепций 1990-х годов до современных материальных воплощений. Анализируются психофизиологические механизмы воздействия плавных, текучих форм на пространственное восприятие человека, а также конкретные приемы формообразования, позволяющие достигать эффектов «разжижения» архитектурной среды. Особое внимание уделяется оптическим феноменам, возникающим при взаимодействии света и криволинейных поверхностей: бликам, рефракции, «плавающим» границам. Делается вывод о том, что «жидкая архитектура» реализует принципиально иную модель пространственности, основанную на непрерывности, текучести и субъективности восприятия.

Ключевые слова: жидкая архитектура, криволинейные поверхности, оптические иллюзии, деформация пространства, блобитектура, текучие формы, световой дизайн, восприятие интерьера, нематериальная архитектура, цифровое формообразование.

Архитектура XX века, подчиненная догматам модернизма, провозгласила примат прямого угла, функциональной ясности и тектонической честности. Однако уже на рубеже тысячелетий наметился решительный разрыв с этой парадигмой. Возникновение сложных цифровых инструментов проектирования позволило архитекторам выйти за пределы евклидовой геометрии и обратиться к формам, вдохновленным природными, биоморфными и, что важнее для данного исследования,

жидкостными процессами. Термин «жидкая архитектура», введенный в 1990-х годах архитектором и теоретиком Маркосом Новаком, изначально относился преимущественно к киберпространству и описывал «дематериализованную архитектуру», способную к анимации, метаморфозам и пересечению категориальных границ [8].

Однако сегодня мы можем наблюдать перенос этих принципов в материальную практику интерьерного дизайна. Криволинейные поверхности перестали быть уделом лишь футуристических общественных зданий в стиле «блобитектуры» (как Музыкальный проект Experience Music Project в Сиэтле или Kunsthaus в Граце) и активно проникают в пространства жилых и коммерческих интерьеров. Актуальность исследования обусловлена необходимостью осмыслить, как именно эти «текучие» формы трансформируют восприятие замкнутых пространств и какие оптические механизмы лежат в основе этой трансформации.

Цель данной статьи – выявить и систематизировать приемы создания оптических иллюзий и деформации пространства в интерьере с помощью криволинейных поверхностей, а также проанализировать теоретические основания «жидкой архитектуры» как особого способа взаимодействия человека со средой.

Рассмотрим далее теоретические истоки концепции: от киберпространства к текучей материи.

Понимание феномена «жидкой архитектуры» требует обращения к его концептуальным истокам. Маркос Новак определял жидкую архитектуру как «анимистическую, анимированную, метаморфическую, пересекающую категориальные границы, применяющую когнитивно насыщенные операции поэтического мышления». Важно подчеркнуть, что исходно термин предполагал не столько физическую текучесть материала, сколько текучесть самой идеи пространства, его способность к адаптации и трансформации [8].

Параллелью этому направлению выступают размышления о «жидкой современности» Зигмунта Баумана, где социальные структуры утрачивают жесткость и стабильность, становясь «скользкими, ускользающими». Архитектура чутко реагирует на этот социокультурный сдвиг: если общество более не мыслит себя в категориях статичных иерархий, то и пространства его обитания должны отражать динамику, текучесть и неопределенность [2].

В современной теории архитектуры эта линия развивается через обращение к «влажной онтологии». Как отмечает П. М. Скравальери в монографии «Liquid Architecture: Experimental Practices of Design in a State of Flux», архитектура переосмысляется как тело с размытыми, постоянно меняющимися границами, что требует пересмотра самого авторства и этики взаимодействия с природными системами. Это теоретическая рамка, внутри которой криволинейные поверхности в интерьере перестают быть просто

стилистическим приемом, а становятся инструментом реализации новой пространственной философии [9].

Рассмотрим далее криволинейные поверхности как инструмент деформации восприятия. Архитектурное пространство традиционно воспринимается человеком через систему ориентиров: вертикалей и горизонталей, прямых углов, плоскостей стен. Криволинейная поверхность разрушает эту систему координат, создавая когнитивный диссонанс, который и порождает оптическую иллюзию.

Эффект «размытых границ».

Восприятие архитектурного пространства базируется на системе бессознательных координат, ключевыми элементами которой являются вертикаль (стены) и горизонталь (пол, потолок). Прямая линия и прямой угол в этой системе работают как семиотические маркеры: они обозначают предел, завершенность формы и функциональную определенность фрагмента пространства [1]. Глаз, встречая прямой угол, получает сигнал «стоп», фиксируя жесткую структуру объема.

Криволинейная поверхность принципиально меняет эту механику. Кривая, в отличие от прямой, не имеет конечной точки; она всегда указывает на продолжение, создавая эффект длящегося движения. С точки зрения гештальтпсихологии, кривая воспринимается как незавершенная фигура, провоцирующая зрителя на мысленное «достраивание» траектории – даже в статичном объекте.

Наиболее радикально этот эффект проявляется в приеме «стирания тектонических швов». В классической архитектуре стена, потолок и пол – три разные плоскости. В парадигме «жидкой архитектуры» они теряют автономность. Когда стена плавно переходит в потолок (характерный прием интерьеров Захи Хадид), происходит нарушение тектонической логики: физически плоскости существуют, но их граница становится оптически неуловимой. Аналогично работает прием «растворения» колонн или пилонов, которые плавно «стекают» в пол или «растекаются» по потолку, подобно волнам от брошенного в воду камня.

В результате зритель утрачивает четкое представление о топологии пространства. Границы перестают быть линиями и становятся «зонами перехода». Пространство начинает восприниматься как континуум – непрерывная среда, где функциональные зоны не отделены друг от друга, а «перетекают» одна в другую. Криволинейная поверхность служит не перегородкой, а «мембраной», одновременно разделяющей и связывающей объемы.

Это напрямую создает иллюзию расширения площади. В ограниченном пространстве глаз постоянно натыкается на углы, напоминающие о конечных размерах. В криволинейном интерьере взгляд скользит по поверхностям, не встречая жестких преград, что подсознательно интерпретируется как признак простора. Плавные линии

визуально «раздвигают» стены, делая помещение субъективно более просторным, чем его фактические метры. Эффект усиливается глянцевыми фактурами, добавляющими к «текучести» формы еще и «текучесть» отраженного света.

Светооптические эффекты и «жидкая интеллектуальность».

В тесной взаимосвязи с криволинейной поверхностью выступает свет. Матовая или глянцевая кривая по-разному взаимодействует с освещением, порождая сложные оптические сценарии, невоспроизводимые в ортогональной геометрии. Например, подсветка за стеклянной перегородкой или витражом создаёт эффект «парения» и размывает границу между плоскостями – это добавляет пространству текучести.

В этом направлении интересна концепция фотографа Джеффа Уолла, бросающего вызов традиционным представлениям о фотографии как о нейтральном и объективном отражении реальности в сторону искусственно сконструированного изображения, в котором фотография работает как интеллектуальная структура, а не как отражение действительности. В своих работах Джефф Уолл активно использует ключевые приёмы, с помощью которых выводит изображение за пределы привычных форм визуального мышления. Сюжетная линия в его снимках почти всегда является тщательно сконструированными постановками, где реалистическая детализация его искусственных миров заставляет зрителя воспринимать их иначе – как иллюзию, симуляцию или вмешательство в привычную визуальную систему. В эссе «Фотография и жидкостное сознание» (1989) Уолл рассматривает фотографию как диалектику двух начал, где «Жидкое сознание» – это изменчивость, текучесть и непредсказуемость и неподконтрольность реальности: движение воды, всплески, вихри, метаморфозы природных форм, мимолётные состояния среды, а «Сухое сознание» – механическая, технологическая сторона фотографии: оптика, затвор, линзы, калибровка, вся «инженерная» точность аппарата. Это упорядоченная, контролируемая, «стеклянная» структура, которая наблюдает за природой извне. По мнению Уолла, фотография уникальна тем, что способна запечатлеть как раз неуловимую динамику, например, всплеск молока или завихрение дыма – в застывшем кадре. Так, в одной из экспериментальных его работ, как «Milk» (1984) исследуется конфликт между «сухим», стабильным началом и «жидкостной», текучей реальностью, где строгая геометрия кирпичной стены контрастирует с хаотичной, почти скульптурной, формой всплеска молока. Благодаря сложной студийной постановке и точному расчёту момента, «жидкая» природа схвачена «сухой» техникой:

Применение к архитектуре. Архитектор подобен фотографу: он приручает свет – текучую стихию – с помощью криволинейной формы. Кривая становится медиатором между «сухой» тектоникой здания и «влажной» природой света. Архитектор не контролирует игру бликов полностью, но создает условия для нее. «Жидкая архитектура» балансирует

между расчетом и стихийностью, геометрией и текучестью, формой и светом.

В интерьере это проявляется в следующих эффектах:

– контролируемые блики: глянцевые криволинейные панели создают сложную игру отражений, которая динамически меняется при перемещении наблюдателя. Отражения предметов искажаются, «стекают» по поверхности, напоминая отражения в водной глади;

– рефракция и глубина: использование полупрозрачных материалов (например, молочного акрила или специального стекла) для криволинейных перегородок позволяет создавать эффект светящегося объема. Свет как бы «пропитывает» форму, делая ее нематериальной и призрачной;

– иллюзия множественности: вогнутые и выпуклые поверхности работают как анаморфотные системы, искажая масштаб и пропорции фрагментов интерьера. Это напоминает принципы, используемые в современных медиаинсталляциях, где цифровые паттерны как бы «растворяются» в геометрических потоках.

Тактильность и кинетический опыт.

Важно отметить, что оптическая иллюзия в «жидкой архитектуре» неразрывно связана с движением зрителя. В отличие от классической перспективы, рассчитанной на фиксированную точку обзора, криволинейное пространство требует перемещения. Форма постоянно «разворачивается» перед идущим человеком, предлагая все новые ракурсы. Как показано в анализе инсталляции nonLin/Lin Марка Форнеса, при приближении к сложной криволинейной структуре наблюдатель не может сразу определить ее глубину; необходимо буквально «блуждать» в скоплении пористых ветвей, чтобы понять масштаб и характер формы. Это создает эффект погружения, где зритель становится не сторонним наблюдателем, а участником пространственного события.

Типология приемов деформации пространства.

Анализ современной практики проектирования интерьеров с использованием криволинейных поверхностей позволяет выделить несколько устойчивых приемов создания оптических иллюзий:

– первый прием – «вычитание углов». При скруглении углов помещение утрачивает свою «коробчатую» природу. Исчезновение острого стыка стен психологически снимает ощущение замкнутости, углы перестают восприниматься как «ловушки» для взгляда;

– второй прием – «деформация рельефа». Пол, переходящий в стену, или стена, становящаяся потолком, создает дезориентацию в гравитационной вертикали. Это провоцирует легкое чувство вестибулярного дисбаланса, которое интерпретируется мозгом как необычность, «невесомость» пространства;

– третий прием – «зеркальная кривизна». Использование зеркальных поверхностей сложной кривизны (оптических «обманов») фрагментирует и

мультиплицирует пространство, создавая бесконечные отражения, в которых реальные границы комнаты теряются.

Данные приемы восходят к более широкой культурной традиции осмысления текучести, которую М. Коул, исследуя работы Бенвенуто Челлини, называл «контролем над жидкостями» – способностью мастера направлять и формировать материю, находящуюся в переходном, текучем состоянии [3].

«Жидкая архитектура» в интерьере представляет собой не просто дань моде на органические формы, а реализацию глубинного сдвига в парадигме пространственного мышления. Криволинейные поверхности выступают инструментом дематериализации жесткой архитектурной оболочки, превращая статичное пространство в динамичную, оптически сложную среду.

Деформация пространства достигается за счет комплекса приемов: уничтожения прямого угла, создания непрерывных (бесшовных) поверхностей, использования светооптических эффектов отражения и преломления на глянцевых или полупрозрачных кривых. Восприятие такого интерьера требует от зрителя активного кинетического участия, превращая процесс созерцания в путешествие.

Исследование подтверждает, что оптические иллюзии в «жидкой архитектуре» имеют под собой не только эстетическую, но и психофизиологическую основу, апеллируя к глубинным механизмам ориентации человека в пространстве. Дальнейшее развитие цифровых технологий и материаловедения, несомненно, приведет к появлению еще более сложных и тонких способов манипуляции пространством, делая границу между физическим и иллюзорным, твердым и жидким окончательно проницаемой.

Список использованных источников

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Пер. с англ. – Москва : Прогресс, 1974. – 392 с.
2. Bauman Z. Liquid Modernity. – Cambridge: Polity Press, 2000.
3. Cole M. Cellini and the Principles of Sculpture. – Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
4. Damani A. (cur.) Liquid Architectures. Catalogue of the Triennial of Art and Architecture in Bruges. – Bruges, 2011.
5. Emporis. Catching the Wave: Blobitecture‘s Liquid Forms Are Changing Our Cities // e-architect. – 2014. – URL: https://www.e-architect.com/concept/blobitecture (дата обращения: 15.03.2026).
6. Fuksas M. Liquid Forms // la Repubblica of the Arts. – 1999. – URL: https://www.repubblica.it/repubblicarts/fuksas/arte_11pag.html (дата обращения: 15.03.2026).
7. Hunter M.C. Curve, Line, Circle, Slash, Cross: A Diagram of Liquid

Intelligence // Grey Room. – 2017. – № 69. – P. 6-23. DOI: 10.1162/GREYa00227.

8. Novak M. Liquid Architectures in Cyberspace // Cyberspace: First Steps / ed. M. Benedikt. – Cambridge: MIT Press, 1991

9. Scravaglieri P.M. Liquid Architecture: Experimental Practices of Design in a State of Flux. – Abingdon: Routledge, 2024. – 268 p.

© Комаренко А.Р., 2026
© Кучеренко М.С., 2026

А. Р. Комаренко,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. С. Кучеренко,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ПРИНЦИПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ КОМПЛЕКСНОЙ СПА-ЗОНЫ В ИНТЕРЬЕРЕ ВАННОЙ КОМНАТЫ ЗАГОРОДНОГО ДОМА

В статье рассматриваются актуальные принципы трансформации пространства ванной комнаты в загородном доме в комплексную спа-зону, ориентированную на физическое и ментальное восстановление человека. Анализируются ключевые аспекты проектирования: зонирование, эргономика, интеграция природных элементов, мультисенсорное воздействие и применение «умных» технологий. Исследование основано на синтезе подходов из области архитектуры, дизайна интерьера и экопсихологии. Формулируются практические рекомендации для создания гармоничной и функциональной среды, способствующей релаксации и оздоровлению.

Ключевые слова: спа, ванная комната, загородный дом, интерьер, принципы проектирования, сенсорная интеграция, биодизайн, умный дом, релаксация, эргономика.

Современный тренд на здоровый образ жизни и осознанное

отношение к благополучию трансформирует подходы к проектированию жилых пространств. Ванная комната перестает быть сугубо утилитарным помещением, эволюционируя в личную спа-зону, – пространство для релаксации, восстановления и снятия стресса [5]. Особенно актуален этот тренд для загородного жилья, где есть возможность создать расширенное, индивидуально настроенное пространство. Однако проектирование такой зоны требует комплексного подхода, выходящего за рамки традиционной расстановки сантехнического оборудования. Цель данной статьи – систематизировать принципы проектирования комплексной спа-зоны в интерьере ванной комнаты загородного дома.

Принцип функционального и сенсорного зонирования.

Данный принцип предполагает двухуровневую организацию пространства: рациональное физическое разделение на подзоны и их последующее обогащение через целенаправленное мультисенсорное воздействие [6]. Функциональная структура включает четыре ключевые подзоны: гигиеническую (душ, раковина), релаксационную (ванна, зона отдыха), восстановительную (сауна, зона контрастных процедур) и эстетическую (зеленый уголок, место для медитации). Их взаиморасположение должно обеспечивать логичные потоки движения и психологический комфорт.

Сенсорное зонирование служит для мягкого выделения этих областей и создания в них специфической атмосферы [2]. Оно реализуется через управление светом (от яркого и холодного в гигиенической зоне до приглушенного и теплого в релаксационной), акустикой (от нейтрального фона до целевых звуков природы у ванны) и тактильным разнообразием материалов (от гладкой керамики до теплого дерева и фактурного камня). На практике это позволяет отделить, например, зону ванны не капитальной перегородкой, а декоративным экраном в сочетании с нисходящим локальным светом и фоновым звуком воды, формируя защищенный визуально-акустический «кокон» для глубокой релаксации.

Принцип интеграции биодизайна и природных элементов.

Связь с природой – фундаментальный компонент спа-дизайна. Принципы биодизайна предполагают прямое (наличие растений, живых стен, природных материалов – дерева, камня, воды) и непрямое (природные формы, палитры, изображения, динамический рассеянный свет) включение природных элементов [1]. В условиях загородного дома эффективна визуальная связь с внешним ландшафтом через панорамное остекление (при условии приватности). Использование натуральных материалов тактильно обогащает пространство и способствует психологической разгрузке [4].

Принцип мультисенсорного воздействия.

Эффективность спа-среды напрямую зависит от ее способности к комплексному и гармоничному воздействию на органы чувств пользователя. Этот принцип предполагает проектирование не визуального

образа, а целостного сенсорного опыта, где каждый канал восприятия тщательно проработан и интегрирован в общую концепцию для достижения терапевтического эффекта.

Ключевые аспекты реализации принципа:

1) зрительное восприятие (визуальный комфорт и настройка): доминирующий канал, управление которым выходит за рамки простого освещения. Основной инструмент – многосценарное динамическое освещение с возможностью регулировки интенсивности и цветовой температуры: от 5000-6000К для создания бодрящей, стимулирующей атмосферы в утренние часы до 2700-3000К для формирования расслабляющей, интимной обстановки вечером [4]. Критически важен отказ от резких световых контрастов и прямого ослепляющего света в пользу комбинации равномерного заливающего освещения (отраженный свет от потолка, световые карнизы) и акцентной подсветки, направленной на архитектурные или декоративные элементы (ниши, панно, растения). Использование принципов биодизайна, таких как динамический рассеянный свет, имитирующий игру света в листве, усиливает связь с природой и снижает визуальный стресс;

2) слуховое восприятие (акустический дизайн): качество звуковой среды является не менее важным, чем визуальной. Принцип реализуется в два этапа: пассивная шумозащита и активное звуковое наполнение. Первый этап включает инженерные решения по изоляции помещения от внешних и внутренних технических шумов (работы вентиляции, сантехнических систем). Второй этап – интеграция скрытых акустических систем, позволяющих воспроизводить целевые звуковые сценарии: от абстрактных звуковых ландшафтов до конкретных записей природных акустических явлений – шума прибоя, пения птиц, шелеста листвы или звука дождя [7]. Это не только маскирует остаточные шумы, но и активно влияет на психоэмоциональное состояние, способствуя глубокой релаксации или, наоборот, мягкому тонизированию;

3) тактильное восприятие и температурный контраст: осязание – ключевой канал восприятия в контексте телесных практик. Принцип требует создания тактильно разнообразной поверхности: сочетания нагреваемого матового дерева пола, прохладной полированной поверхности натурального камня у раковины, фактурной штукатурки или плитки «под лен» на стенах, гладкой керамики в душевой зоне. Это обогащает сенсорный опыт и поддерживает тактильную связь с природными материалами. Отдельным мощным инструментом выступает управляемое температурное контрастирование – от термального шока контрастного душа до мягких градиентов в зоне паровой бани, что тренирует сосудистую систему и усиливает ощущение жизненной силы;

4) обонятельное восприятие: запах – наиболее прямая и эмоционально окрашенная связь с лимбической системой мозга. Принцип

исключает случайные или технические запахи, заменяя их целенаправленной ароматерапией, интегрированной в инфраструктуру помещения. Это подразумевает использование канальных или ультразвуковых диффузоров, подключенных к системе вентиляции или умного дома, что позволяет создавать прецизионные ароматические сценарии (например, пробуждающие цитрусовые ноты утром и успокаивающую лаванду или сандал вечером) без риска аллергических реакций, связанных с прямым контактом с эфирными маслами. Важным условием является полный контроль над интенсивностью и возможностью мгновенного проветривания.

Синтез и персонализация. Истинная эффективность принципа мультисенсорного воздействия раскрывается в синергии всех каналов и возможности их персонализации. Современные системы «умного дома» позволяют создавать предустановленные сценарии (например, «Утреннее пробуждение», «Расслабляющая ванна», «Энергичный душ»), которые одним нажатием запускают комплекс изменений: свет плавно меняет температуру и яркость, включается определенный звуковой трек и начинается диффузия подобранного ароматического масла.

Принцип эргономики и технологической интеграции «Умная ванная».

Данный принцип синтезирует физический комфорт и интеллектуальное управление для создания адаптивной и безопасной среды. Его основа – безупречная эргономика, учитывающая антропометрию и потребности всех пользователей через оптимизацию высоты сантехники, безопасную планировку и нескользящие покрытия, что формирует базовое ощущение защищенности.

Технологии «умного дома» развивают этот комфорт, выступая незаметным инфраструктурным слоем. Ключевые функции включают: персонализацию (предустановленные мультисенсорные сценарии «Расслабляющая ванна»), повышение гигиены (бесконтактная сантехника), активную безопасность (датчики протечек, контроль микроклимата) и скрытую мультимедийность [8]. Критически важна ненавязчивость: интерфейсы должны быть интуитивными, а технологии – растворяться в среде, работая по принципу невидимого дизайна, чтобы не нарушать атмосферу приватного убежища. Таким образом, технологии становятся естественным продолжением эргономики, предвосхищая потребности и усиливая спа-эффект.

Принцип экологической и психологической безопасности.

Фундаментальным условием создания подлинной спа-среды является обеспечение комплексной безопасности, которая охватывает как физическое здоровье, так и ментальное благополучие пользователя. Этот принцип интегрирует материальные и инженерные решения с задачами психоэмоционального дизайна.

Экологическая составляющая безопасности направлена на

минимизацию негативного воздействия искусственной среды на организм. Ключевыми аспектами являются: применение материалов с нулевым или минимальным уровнем эмиссии летучих органических соединений (VOC) – клеев, красок, лаков, герметиков, что обеспечивает чистоту воздуха [5]. Обязательным элементом становится интеграция инженерных систем активного благополучия: фильтров тонкой очистки воды для питья и купания, систем воздухоочистки и контроля уровня CO2, а также использование энергоэффективного оборудования (светодиодного освещения, рекуператоров тепла), что снижает как экологическую нагрузку, так и операционные расходы.

Психологическая безопасность заключается в проектировании пространства, воспринимаемого как личное, защищенное убежище. Это достигается за счет обеспечения абсолютной визуальной и акустической приватности через продуманную планировку, отсутствие прямых визуальных осей извне, применение матового остекления и качественную шумоизоляцию. Дизайн должен избегать ассоциаций с клинической или общественной стерильностью, создавая вместо этого «коконный» эффект через мягкие, обтекаемые формы, зонирование текстилем и натуральными материалами. Цветовая палитра сознательно ограничивается нейтральными, природными и пастельными тонами (бежевые, серо-зеленые, приглушенно-терракотовые, мягкие оттенки глины), которые, согласно исследованиям, снижают уровень стресса и способствуют визуальному и ментальному умиротворению, не вызывая сенсорной перегрузки [3]. Таким образом, среда становится не только безвредной, но и терапевтически активной, способствующей глубокой разгрузке и восстановлению.

Проектирование комплексной спа-зоны в ванной комнате загородного дома представляет собой междисциплинарную задачу. Сформулированные принципы – функционально-сенсорного зонирования, интеграции биодизайна, мультисенсорного воздействия, эргономичной технологической интеграции и всесторонней безопасности – образуют концептуальную основу для создания пространства, выходящего за рамки гигиенической функции. Такой подход позволяет трансформировать ванную комнату в ключевой элемент здоровой среды обитания, способствующий ежедневному физическому и ментальному восстановлению жильцов. Дальнейшие исследования могут быть направлены на разработку количественных метрик оценки эффективности таких пространств на психофизиологическое состояние человека.

Список использованных источников

1. Browning, W. D. 14 Patterns of Biophilic Design: Improving Health and Well-Being in the Built Environment / W. D. Browning, C. O. Ryan, J. O. Clancy. – New York : Terrapin Bright Green, 2014. – 72 p.

2. Келлерт, С. Р. Природа по замыслу: практика биофильного дизайна = Nature by Design: The Practice of Biophilic Design / С. Р. Келлерт ; пер. с англ. – Нью-Хейвен : Yale University Press, 2018. – 232 с.

3. Adams, M. The Sensory Impact of Color in Environmental Design / M. Adams // Journal of Interior Design. – 2017. – Vol. 42, No. 3. – P. 45–59.

4. Ли, Ц. Влияние натуральных материалов в интерьере на психоэмоциональное состояние человека / Ц. Ли // Архитектура и современные информационные технологии. – 2020. – № 3(52). – С. 154–165

5. Петрова, А. Н. Wellness-дизайн как тренд в проектировании жилых интерьеров / А. Н. Петрова // Интерьер+Дизайн. – 2021. – № 1(45). – С. 23–29.

6. Сидорова, Е. В. Принципы зонирования пространства в современной квартире / Е. В. Сидорова // Жилищное строительство. – 2019. – № 8. – С. 45–50.

7. Смирнов, В. А. Акустический комфорт как компонент wellness-среды в архитектуре / В. А. Смирнов // Акустический вестник. – 2022. – № 25(1). – С. 78–85.

8. Кузнецов, П. С. Интеллектуальные системы управления в концепции «умного дома»: эргономика и пользовательский опыт / П. С. Кузнецов // Системы управления и информационные технологии. – 2021. – № 85(3). – С. 62–67.

© Комаренко А.Р., 2026
© Кучеренко М.С., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

А. Р. Комаренко,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

О. А. Швецова,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ПРОСТРАНСТВА В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРОВ ВАННЫХ КОМНАТ

В данной статье рассматриваются инновационные подходы к решению проблемы хранения и организации пространства в малогабаритных ванных комнатах, выполняющих одновременно несколько функций. Особое внимание уделяется применению умных систем хранения, эргономичной мебели и многофункциональных элементов.

Ключевые слова: малогабаритная ванная комната, оптимизация пространства, системы хранения, многофункциональная мебель, инновационные технологии, эргономика, дизайн интерьера, умный дом.

Современные тенденции в архитектуре и дизайне интерьера приводят к созданию жилых помещений с уменьшенной площадью, в том числе ванных комнат. Малогабаритные ванные комнаты часто должны выполнять несколько функций, что предъявляет повышенные требования к организации пространства и системам хранения. Недостаток места приводит к необходимости поиска инновационных решений, позволяющих сочетать функциональность, эргономику и эстетичный дизайн.

Традиционные методы хранения в ванных комнатах включают в себя использование стандартных элементов мебели и аксессуаров, таких как полки, шкафы, зеркала с полочками и стеллажи. Рассмотрим основные типы традиционных хранилищ и их особенности.

Полки остаются одним из самых распространенных способов хранения в ванных комнатах. Они могут быть настенными, угловыми или встроенными в мебель. Преимущества полок заключаются в их доступности, простоте установки и возможности размещения на них разнообразных предметов, таких как косметика, средства гигиены и декоративные элементы. Однако у полок есть и свои недостатки. Во-первых, они занимают много места и могут визуально перегружать

пространство, особенно в небольших ванных комнатах. Во-вторых, открытые полки способствуют накоплению пыли и грязи, что требует частого ухода.

Шкафы предоставляют больше возможностей для хранения, чем полки, поскольку они позволяют скрыть содержимое от глаз и защитить его от влаги и пыли. Шкафы могут быть навесными, напольными или встроенными в стены. Они идеально подходят для хранения крупных предметов, таких как полотенца, постельное белье и бытовая химия. Недостатком шкафов является их громоздкость и ограниченная доступность. Часто бывает сложно найти нужный предмет среди множества других вещей, особенно если шкаф заполнен до отказа. Кроме того, шкафы требуют регулярного проветривания, чтобы избежать появления неприятного запаха и плесени.

Зеркала с полочками – это комбинированное решение, позволяющее сэкономить место и объединить две функции в одном изделии. Зеркало служит для выполнения гигиенических процедур, а полки – для хранения косметических средств и аксессуаров. Однако зеркала с полочками часто страдают от недостатка вместимости и неудобства использования. Полочки обычно небольшие и не предназначены для хранения больших объемов вещей. Но они могут быстро загрязняться и требовать частой чистки.

Стеллажи представляют собой открытую конструкцию с несколькими уровнями для хранения. Они могут быть металлическими, деревянными или пластиковыми. Стеллажи хорошо подходят для хранения мелких предметов, таких как шампуни, гели для душа и мочалки. Основным недостатком стеллажей является их открытая конструкция, которая приводит к быстрому загрязнению и требует регулярной уборки. Кроме того, стеллажи могут занимать много места и визуально уменьшать пространство ванной комнаты.

Несмотря на свою популярность, традиционные методы хранения имеют ряд существенных недостатков, которые затрудняют их использование в современных условиях. В большинстве случаев традиционные методы хранения не учитывают специфику маленьких ванных комнат, где каждый квадратный метр на вес золота. Полки, шкафы и стеллажи занимают много места и могут сделать помещение тесным и некомфортным. Многие традиционные хранилища не оптимизируют использование вертикального пространства, оставляя пустыми верхние участки стен и потолков. Это приводит к неэффективному распределению ресурсов и снижению общей функциональности помещения. Стандартные решения для хранения часто выглядят скучно и однообразно, не соответствуя современным требованиям к дизайну интерьера. Многие пользователи стремятся к более индивидуальному подходу, который бы отражал их личные предпочтения и стиль жизни.

Современные квартиры и дома часто характеризуются ограниченной

площадью, особенно в городах, где стоимость недвижимости высока. В таких условиях крайне важно максимально эффективно использовать каждый квадратный метр. Инновационные решения для хранения позволяют компактно разместить необходимые предметы, освобождая пространство для других целей.

Умные системы хранения – это высокотехнологичные решения, которые используют современные достижения в области электроники и программного обеспечения для повышения эффективности, и удобства использования пространства в ванной комнате. Рассмотрим несколько примеров таких систем.

Сенсорные системы открывания и закрывания шкафов и полок позволяют открывать и закрывать дверцы простым касанием или движением руки. Это удобно, когда руки заняты или грязные, и нет желания оставлять следы на поверхности мебели. Некоторые системы даже оснащаются функцией автоматического закрытия, что предотвращает случайное оставление дверей открытыми.

Интегрированное освещение внутри шкафов и полок помогает быстрее находить нужные предметы, особенно в темное время суток. Свет включается автоматически при открытии дверцы и выключается после её закрытия, что экономит электроэнергию и повышает удобство использования.

Голосовое управление позволяет контролировать различные функции хранения с помощью команд, отдаваемых голосом. Например, можно попросить систему открыть определенный ящик или включить свет в нужном месте. Это особенно полезно для людей с ограниченными возможностями.

Модульные системы хранения предлагают гибкий и универсальный подход к организации пространства в ванной комнате. Они состоят из отдельных блоков, которые можно комбинировать и перестраивать в зависимости от текущих нужд и предпочтений владельца.

Настенные модули крепятся непосредственно к стене и могут быть использованы для хранения косметики, полотенец, средств гигиены и других мелочей. Их преимущество заключается в том, что они не занимают полезное пространство пола и могут быть установлены на любой высоте, что особенно удобно для детей и пожилых людей.

Напольные модули представляют собой мобильные блоки, которые можно перемещать по всей ванной комнате. Они могут иметь разные размеры и конфигурации, что позволяет подобрать оптимальное решение для любого помещения. Напольные модули часто оснащаются колесиками для легкого перемещения.

Комбинированные системы объединяют в себе элементы настенных и напольных модулей, создавая универсальное решение для хранения всех необходимых предметов. Такие системы могут быть настроены под любые

потребности и легко изменяться в случае необходимости.

Эргономичные конструкции направлены на максимальное использование доступного пространства и обеспечение удобства доступа к хранимым предметам. Рассмотрим некоторые примеры таких конструкций.

Выдвижные ящики и полки позволяют легко добраться до нужных предметов, не наклоняясь и не тянясь за ними. Они особенно полезны для хранения мелких предметов, таких как косметика, аксессуары и инструменты для маникюра.

Угловые решения позволяют эффективно использовать углы ванной комнаты, которые часто остаются незадействованными. Это могут быть угловые шкафы, полки или стеллажи, которые вписываются в угол и предоставляют дополнительное место для хранения.

Скрытые системы хранения представляют собой уникальные решения, которые позволяют максимально эффективно использовать пространство ванной комнаты, скрывая при этом предметы, которые не должны находиться на виду. Рассмотрим несколько типов скрытых систем хранения.

Встроенные в стены ниши – это идеальное решение для хранения предметов первой необходимости, таких как туалетная бумага, полотенца и средства личной гигиены. Ниши могут быть выполнены в виде полок или шкафчиков, которые интегрируются в стену и практически незаметны снаружи. Это позволяет сохранить визуальную легкость и простор в ванной комнате.

Существует несколько преимуществ встроенных ниш. Во-первых, экономия пространства: ниши не занимают площадь пола или стен, что особенно важно в маленьких ванных комнатах. Во-вторых, эстетика: отсутствие выступающих элементов создает аккуратный и современный вид. В-третьих, удобство: быстрый доступ к нужным предметам без необходимости открывать шкафы или выдвигать ящики.

Потолочные системы хранения – это нестандартное решение, которое использует пространство под потолком для хранения редко используемых предметов. Это могут быть подвесные корзины, контейнеры или даже целые полки, закрепленные на потолке. Преимущества потолочных систем хранения состоят в следующем. Во-первых, максимальное используется вертикальное пространство: потолки часто остаются неиспользуемым ресурсом, который можно задействовать для хранения. Во-вторых, доступность: несмотря на расположение высоко, предметы легко достать с помощью лестницы или специального механизма. В-третьих, универсальность: подходит для хранения любых предметов, от сезонных принадлежностей до инструментов для ремонта.

Складные или трансформируемые элементы как мебель и аксессуары, которые могут изменять свою форму и размер в зависимости от потребностей. Например, складные стульчики, которые прячутся в стену,

или столы, которые раскладываются только тогда, когда нужно поставить на них что-то. Преимущества складных и трансформируемых элементов. Во-первых, гибкость: возможность менять конфигурацию пространства в зависимости от ситуации. Во-вторых, компактность: экономия места за счет складывающихся элементов. В-третьих, многофункциональность: одна вещь может выполнять сразу несколько задач.

Оптимизация хранения и организации пространства в многофункциональных малогабаритных ванных комнатах требует комплексного подхода, включающего в себя использование умных систем хранения, многофункциональной мебели, максимальное использование вертикального пространства и применение современных материалов и технологий. Грамотно спланированная система хранения не только решает проблему нехватки места, но и повышает комфорт и удобство использования ванной комнаты, создавая ощущение простора и порядка. Дальнейшие исследования в этой области должны быть направлены на разработку еще более эффективных и эргономичных решений, адаптированных к потребностям современного человека.

Список использованных источников

1. Ажгихин, С. Г. Основные принципы освещения в интерьере / С. Г. Ажгихин, В. В. Трубоба, Е. С. Паршина // Молодой учёный. – 2017. – № 13 (147). – С. 663–666.

2. Баева, Л. В., Болдырева, Л. М. Использование графических технологий на различны,х этапах выполнения дизайн-проектов студентов // Дизайн-образование: проблемы и перспективы : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2016. – С. 18–26.

3. Кузнецов, Е. А. Предпроектный анализ при проектировании жилого интерьера / Е. А. Кузнецов, С. Г. Ажгихин // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет. – 2019. – С. 144–148.

4. Ли, Винни. Ванные комнаты / В. Ли ; перевод с англ. Л. А. Борис. – Москва : АРТ-РОДНИК, 2007. – 144 с.

5. Самодолов, А. П., Самодолова, О. А., Николаенко, Е. В. Особенности развития «Умных домов» в России. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2021. – № 2. – С. 78–84.

6. Шендина, Д. А., Ажгихин, С. Г. Преимущества интеллектуальной системы «Умный дом» и способы ее интеграции в жилое пространство // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сб. науч. трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет. – 2018. – С. 325–328.

© Комаренко А.Р., 2026
© Швецова О.А., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

Д. В. Королева,
студент кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

Ю. В. Гуменная,
доцент кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ МОРСКОЙ ПОРТОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РОССИИ

В статье описываются главные направления и приоритетные Стратегии развития морской портовой инфраструктуры России, направленные на повышение конкурентоспособности отечественных морских портов и обеспечение устойчивого роста грузооборота, интеграцию в международные транспортные коридоры.

Ключевые слова: морская портовая инфраструктура и её безопасность, стратегия развития, рост грузооборота, транспортно-логистические центры, государственное регулирование, строительство дополнительных терминалов в морских портах, портовой хозяйство, грузовая база, морской терминал, причал.

Введение. Стратегия развития морской портовой инфраструктуры оссии до 2030 года (далее – Стратегия) одобрена на совещании членов Морской коллегией при Правительстве РФ 28 сентября 2012 года. Документ определяет стратегические направления развития морской портовой инфраструктуры с учетом приоритетов развития России.

Основанием для разработки Стратегии является приказ Минтранса России от 30.07.2010 года № 167 «О создании рабочей группы по разработке Стратегии развития морских портов Российской Федерации» [3, 4, 5, 6, 7].

В Стратегии представлен анализ существующих и перспективных грузопотоков, прогноз возможных изменений грузовой базы, на основе которых делаются выводы о необходимости строительства новых морских портов, строительства и реконструкции действующих перегрузочных комплексов, интеграции морских портов с другими видами транспорта.

Актуальность. Стратегия морской портовой инфраструктуры служит инструментом государственного регулирования в области портового хозяйства. Главная цель Стратегии – это удовлетворение запросов Российской экономики, внешней торговли и населения в перевалке грузов, а также обеспечение безопасности мореплавания в морских портах и на подходах к ним. Это достигается путем формирования инновационной

инфраструктуры морских портов, интеграции их в транспортные узлы при стимулирующей роли государства по их комплексному развитию [3, 4, 5, 6, 7].

Цель исследования. Основной целью разработки Стратегии является оценка текущего состояния морских портов, выявление ключевых проблем, прогнозирование возможных сценариев их развития и формирование единой стратегии планирования, включая определение стратегических приоритетов, целевых показателей и перспективных направлений повышения конкурентоспособности портовой инфраструктуры РФ.

Основная часть. Морские порты России являются важной частью национальной транспортной инфраструктуры, объединяющей разные виды транспорта и удовлетворяющей экономические и социально значимые нужды государства.

Обеспечение безопасного функционирования морской портовой инфраструктуры и морского транспорта. Например, повышение уровня безопасности судоходства на морских путях, подходных каналах и в акваториях портов, снижение количества аварийных случаев на морском транспорте.

Для стабильной и функциональной работы каждого Российского порта, регулярно проводится анализ современного состояния и перспектив морского судоходства отдельно по каждому из ключевых бассейнов. Каждому морскому порту уделяется особое внимание.

Во всех морских портах, как части единой транспортной системы работа и развитие портов в каждом морском бассейне имеют свои особенности [3, 4, 5, 6, 7].

Балтийский бассейн.

Семь крупных Российских портов размещаются вдоль берегов Балтийского моря: Большой порт Санкт-Петербург, Приморск, Высоцк, Выборг, Усть-Луга, западный портовый хаб Калининграда и Пассажирский порт Санкт-Петербруг. Эти пункты обслуживают внешние торговые потоки и внутренние перевозки товаров по территории страны [3, 4, 5, 6, 7].

Порты Балтийского бассейна выполняют функцию завершения основных направлений транспортных магистралей Россия – Европа («Восток-Запад») и «Север-Юг». Активизация работы международных путей обеспечит значительное повышение товарооборота всех перечисленных портов. В ближайшие годы наибольшие изменения ожидаются в работе Усть-Луги (основные специализации – сухогрузы и нефтепродукты) и Приморск (специализация на наливных грузах).

Санкт-Петербург, является крупнейшим портом в регионе Балтийского моря, однако он ограничен городскими застройками и транспортными магистралями, что препятствует расширению его территории. В связи с чем дальнейшая модернизация порта осуществляется путем развития современных терминалов за пределами города, таких как

Бронка, Ломоносов и остров Котлин.

Так же характерной особенностью Балтийского бассейна служит наличие анклава – Калининградской области, доступ к которой обеспечивается морским железнодорожным паромом Усть-Луга – Балтийск – порты Германии.

До 2024 года планировалось увеличить мощность на 58,3 млн. тонн, к 2030 году – на 57 млн. тонн. В первую очередь запланировано масштабное развитие морского порта Усть-Луга [3, 4, 5, 6, 7].

Азово-Черноморский бассейн.

Среди морских бассейнов по грузообороту Азово-Черноморский бассейн занимает второе место после Балтийского бассейна. Через двенадцать российских портов осуществляется завершение российского участка международного коридора перевозок «Север-Юг». Морские порты обрабатывают весь спектр грузов (жидких, насыпных, контейнерные и генеральных). Черноморские терминалы специализируются преимущественно на перегрузке экспортных, импортных и транзитных товаров [3, 4, 5, 6, 7].

Порты региона подразделяются на три неравнозначные категории:

1) первую категорию образуют порты Черного моря, возможностью приема крупных морских судов и наличием потенциала для расширения;

2) вторую категорию образуют порты Азовского моря, обладающие малой глубиной, часто размещаемые в городских зонах и не располагающие возможностями увеличения объемов перевалки грузов;

3) третья категория включает порты, находящиеся в курортных зонах Черноморского побережья [3, 4, 5, 6, 7].

Отечественное побережье Черного и Азовского морей планируется создания зон отдыха, возведение спортивных комплексов, санаториев и лечебных учреждений. Ключевую роль в формировании инфраструктуры морского туризма имеют морские порты.

Отдельную группу составляют морские порты полуострова Крым: Евпаторийский, Керченский, Феодосийский, Ялтинский и Севастопольский.

Для большей части доставки груза в морские порта Азово-Черноморского бассейна проводятся углубление дна, строительство дополнительных искусственных морских терминалов, устанавливаются зоны безопасности от актов незаконного вмешательства на территории объектов транспортной инфраструктуры.

Арктический бассейн.

Включает в себя 17 Российских морских портов, большинство из которых занимаются обработкой экспортных и внутренних грузов. Эти порты можно классифицировать следующим образом:

а) первая группа объединяет крупные морские узлы, такие как Мурманск, Архангельск, Витино и Кандалакша, оснащенные железными

дорогами и интегрированные в общероссийскую транспортную систему;

б) вторая группа представлена специализированными портами Варандей и Дудкина, работающим исключительно на нужды отдельных компаний;

в) третья группа состоит из оставшихся 11 портов, расположенных в регионах без наземных коммуникаций и обеспечивающих доставку товаров для местных жителей.

Основная часть этих портов работает зимой при низких температурах и покрытых льдами акваториях, обеспечивая бесперебойную работу судоходства м привлечением специализированных ледоколов. Еще одним ключевым аспектом деятельности является обслуживание маршрутов Северного Морского пути, чья значимость возрастает в связи с увеличением числа международных транзитных перевозок. Дополнительно выделяется особая экономическая зона порта Мурманск, аналог которой существует лишь ещё в одном Российском морском узле – Советской Гавани.

Каспийский бассейн.

На побережье Каспийского моря находятся морские порты Астрахани, Оли и Махачкалы, которые ориентированы преимущественно на обработку внешней торговли и транзита грузов.

Развитие портовой инфраструктуры региона связана одновременно с несколькими зонами конфликта: внутренний Северный Кавказ, непримиримый спор Армении и Азербайджанами по Карабахскому региону, а также политическая неопределённость, связанная с международной ситуацией вокруг Ирана и его ядерной программой. Это оказывает негативное влияние на развитие инфраструктуры каспийских портов и мешает успешной реализации трансконтинентальной транспортного коридора «Север-Юг».

Дальневосточный бассейн.

Дальневосточный бассейн включает двадцать два Российских морских порта, основным направлением деятельности которых является обработка экспортно-импортных и внутренних грузов. Наибольшее значение имеют порты Приморья и Хабаровска, такие как Восточный, Ванино, Находка, Пригородное и Владивосток. Они входят в число крупнейших портов государства и играют ключевую роль в организации железнодорожных и морских перегрузочных терминалов. Особое внимание заслуживает парома Ванино-Холмск, обеспечивающая стабильную связь между островом Сахалин и материком посредством активной эксплуатации примерно 90 % перевозимых грузов в структуре железнодорожного и морского транспорта [3, 4, 5, 6, 7].

Порты данного бассейна классифицируются следующим образом:

а) первая группа включает крупные морские терминалы Восточный, Ванино, Находка, Владивосток и Посьет, соединённые транспортными магистралями железной дороги либо нефтепроводами;

б) во вторую группу входят специализированные порты Пригородное и Де-Кастри, оснащённые трубопроводы от Сахалинских месторождений нефти и газа и предназначенные исключительно для обслуживания конкретных компаний;

в) третья категория объединяет оставшиеся небольшие порты, расположенные в труднодоступных районах, лишённых наземных путей сообщения. Эти порты обеспечивают минимально необходимые поставки товаров населению близлежащих населённых пунктов [3, 4, 5, 6, 7].

Особенности функционирования и развития портов Дальнего Востока определяются спецификой их местоположения далеко от центральной части России. Несмотря на это, данные порты считаются важными экономическими партнерами нашей страны в Азии – Японии, Китае и Южной Корее, с которыми активно развивается внешнеэкономические отношения. Примером служит функционирование приморских портов, выступающих частью важного международного транспортного направления «Восток-Запад».

Также имеются схожие особенности, характеризующие работу портов нескольких морских акваторий. Портовые комплексы Балтийского и Азово-Черноморского регионов вынуждены действовать в жестких условиях рыночной конкуренции, соперничества с аналогичными портами Украины и портами балтийских государств, включая Литву, Латвию, Эстонию и Финляндию [3, 4, 5, 6, 7].

Характерной особенностью Арктических и Дальневосточных морских портов является обработка значительных объёмов каботажных грузов, существенно превышающих аналогичные показатели в портах других регионов.

Как показывает анализ Стратегии рост перевалки грузов в период до 2030 года будет наблюдаться по всем морским бассейнам. Наиболее высокими темпами будут расти перевалки сжиженного газа, генеральных и навалочных грузов (угля, руд, грузов в контейнерах). Предусматривается укрепление лидерства России как экспортёра зерна на мировом рынке.

Анализ конкурентоспособности Российских морских портов.

Как показал анализ, Российский сектор морских портов занимает важную позицию в экономике страны, обеспечивая значительную долю внешнеторговых перевозок. Однако конкурентоспособность Российских морских портов выявляет как сильные, так и слабые стороны, а также возможности и риски.

Сильные стороны:

– географическая значимость (расположены на пересечении международных транспортных коридоров «Север-Юг» и «Восток-Запад»);

– хорошо развитая сеть морских портов (с достаточной мощностью и высоким уровнем покрытия системами безопасности мореплавания);

– возможность взаимодействия со всеми видами транспорта;

– многофункциональность (способность обслуживать широкий ассортимент грузов);

– устойчивое финансовое состояние.

Слабые стороны:

– географическое рассеяние портов (требует значительных логистических усилий);

– необходимо постоянно проводить дноуглубительные работы, для прохода грузовых судов в порты;

– узкие места на подходах к портам (проблемы с пропускной способностью железных и автомобильных дорог);

– изношенность инфраструктуры и оборудования;

– контейнерные перевозки недостаточно развиты;

– высокие затраты на энергию.

Возможности:

– привлечение иностранных инвестиций;

– создание портовых особых экономических зон (приведение к упрощению налогового администрирования и привлечению бизнеса);

– участие в международных морских и транспортных коридорах;

– сокращение транспортных расходов и сроков доставки.

Угрозы:

– макроэкономические риски (ухудшение экономической ситуации, инфляция, колебания курсов валют);

– политические и геополитические риски (возможные санкции, нестабильность в соседних странах);

– экологические риски;

– недружественные действия со стороны других государств (введение препятствий для судоходства в международных проливах).

Отечественные порты обладают множеством преимуществ, обеспечивающих выполнение главной задачи их развития – полное удовлетворение запросов Российской экономики, внешнеэкономической деятельности и граждан в области грузопереработки и обеспечения безопасности судоходства как непосредственно в самих морских портах, так и на прилегающих акваториях.

На данный момент конкуренция среди крупнейших мировых портов за привлечение контейнерных перевозок достигла критической точки, и решающее значение приобретает высокое качество предоставляемых услуг и высокий уровень логистического обслуживания.

В настоящее время Российские порты обладают значительным потенциалом, существуют многочисленные препятствия, мешающие полноценному раскрытию их конкурентных преимуществ. Для успешного развития необходимо устранить недостатки, усилить сотрудничество между различными структурами и обеспечить необходимую поддержку со

стороны государства. Это позволит российскому портовому сектору занять достойное место на мировой арене и успешно справляться с растущими грузопотоками и меняющейся экономической обстановкой.

Цели и задачи развития морских портов.

Осуществление Стратегии нацелено на создание благоприятных обстоятельств для полноценного обслуживания потребностей российской экономики, развития международной и внутрироссийской торговли путем оптимизации грузообработки и повышения степени защищенности морских терминалов и прилегающих вод.

Достижение поставленных стратегических целей предполагает реализацию ряда проектов по созданию современных и технически оснащенных объектов морского транспорта, интегрированных в транспортные узловые системы с активной поддержкой государства [3, 4, 5, 6, 7].

Конкурентоспособность подразумевает рост пропускной способности портов, увеличение объёма обрабатываемого грузопотока, улучшение качества предоставляемых услуг, уменьшение затрат на обработку одной тонны груза и стоимости захода судов в Российские порты.

Достижение обозначенных задач обеспечит Российским предприятиям и гражданам необходимые услуги по обработке экспортных, импортных, транзитных и каботажных грузов благодаря модернизации существующих объектов и строительству новых терминалов, привлечению инвесторов и проведению комплексной программы развития отечественных портов.

Основные мероприятия направлены на комплексное развитие транспортных узлов, включая возведение морских терминалов для перевалки грузов и создание подъездных путей железнодорожного и автомобильного транспорта к ключевым портовым зонам.

На сегодняшний день также стоит основная задача - это обеспечение безопасности на всех морских портовых инфраструктур и морского транспорта.

Для развития комплексных мер по безопасности, устойчивого развития и функционирования транспортной системы, необходимо обеспечить надёжность и безопасность морского транспорта и на объектах транспортной инфраструктуры в морских портах.

Не упускается из виду и рассмотрения вопроса о развитии морских портов в сфере экологии и в области охраны окружающей среды, улучшению качества жизни населения, проживающего в береговой зоне, и развитию социальной зоны.

Приоритетные направления развития морских портов.

В настоящее время важно объединить виды транспорта и сделать их взаимодействие более эффективным, чтобы раскрыть сильные стороны России, и укрепить её позицию как транзитной страны.

Также существует подпрограмма «Развитие экспорта транспортных услуг» федеральной целевой программы «Развитие транспортной системы России», которая планирует реализацию ряда ключевых проектов:

– комплексное развитие транспортного коридора «Запад-Восток», связывающего Европу, Россию и Японию, включая ответвления на Казахстан, Монголию и Китай. Основными элементами станут:

– электрифицированная Транссибирская железная дорога;

– стратегически важные морские порты;

– многофункциональные транспортные узлы;

– межрегиональные логистические центры, способствующие переориентации потоков товаров из Азиатско-Тихоокеанского региона на указанный коридор;

– развитие транспортного коридора «Север-Юг», соединяющего Северную Европу, Россию, Иран и Индию, с дополнительными направлениями на Кавказ, Персидский залив и Центральную Азию. В рамках проекта предусмотрено совершенствование инфраструктуры магистралей, транспортных узлов, расширение подходов к крупным морским и речным портам Новороссийск, Тамань, Ростовский универсальный порт), а также улучшение железнодорожных станций, аэропортов и мультимодальных терминалов.

Кроме вышеизложенного, особое внимание уделяется повышению эффективности и конкурентоспособности Российских морских портов, расположенных вблизи основных экспортных и транзитных маршрутов. Это позволит значительно ускорить перевозки к морским терминалам в портах

Новороссийска и Мурманска, созданию крупного транспортного узла на базе порта Тамань и Ростовского универсального порта.

Заключение.

В Стратегии развития морской портовой инфраструктуры России рассматриваются ключевые проблемы и перспективы каждого из четырех основных региональных бассейнов (Арктический, Балтийский, Азово-Черноморский и Дальневосточный), выявляются их преимущества и ограничения. Подчеркивается значимость современных технологий и комплексного подхода в развитии инфраструктуры, позволяющего повысить конкурентоспособность российских портов и увеличить объемы грузоперевозок. Выделяются конкретные проекты, направленные на интеграцию портов в международную транспортную инфраструктуру, а также предлагаются меры повышения уровня госрегулирования и улучшения инвестиционной привлекательности отрасли. Обосновывается необходимость устранения слабостей и рисков, стоящих перед отраслью, для полноценного раскрытия потенциалов российских портов и укрепление их роли в мировом торговом обороте. Строится безопасность на морских судах, морских терминалах, в промышленной безопасности и экологии.

Список использованных источников

1. Научная статья «Анализ деятельности морских портов России и её влияние на развитие экономики страны», Иванова Е.Ю.

2. Научная статья «Стратегические приоритеты развития российского транспортного узла Каспийского бассейна», Маркелов К.А.

3. Одобренный документ членов Морской коллегии при Правительстве Российской Федерации «Стратегия развития морской портовой инфраструктуры России до 2030 года»: https://www.rosmorport.ru/media/File/seastrategy/strategy_150430.

4. Кодификация.ру: https://rulaws.ru/goverment/Strategiya-razvitiya-morskoy-portovoy-infrastruktury-Rossii-do-2030-goda/https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54069567.

5. Нормативно-правовые акты: https://bazanpa.ru/pravitelstvo-rf-strategiia-ot28092012-h2949632/?view_type=doc_source.

6. https://docplayer.ru/83747-Strategiya-razvitiya-morskoy-portovoy-infrastruktury-rossii-do-2030-goda.html.

© Королева Д.В., 2026
© Гуменная Ю.В., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

УДК 747.012

М. С. Кучеренко,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

Е. В. Моргунова,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ВИЗУАЛЬНАЯ НАВИГАЦИЯ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОСТРАНСТВ

В статье рассматриваются принципы дизайн-системы визуальной навигации и взаимосвязи навигационных элементов, применительно к современным образовательным пространствам (школам), где собственная, грамотно продуманная «визуальная логистика» становится частью пользовательского опыта, безопасности, доступности, бренда и невербального управления зданием. Создание локальной системы навигации, с привязкой к специфике к каждой конкретной организации, позволяет выявить средообразующие возможности, определить средства и приемы визуально-художественного формирования образовательного пространства, понятного и комфортного для передвижения, и эстетически целостной среды. Обращение к зарубежному и отечественному опыту архитектурно-дизайнерского проектирования современных образовательных пространств, и, в частности, системы навигационной организации в условиях многосценарного подхода, позволит эффективнее оптимизировать систему визуально-графических знаков и успешно решать задачи культуры ориентирования, регулирования движения потоков обучающихся и других пользователей в предметно-пространственных ситуациях в физических границах школьной территории, как внешней, так и внутренней.

Ключевые слова: школа, образовательные пространства, визуальная навигация, дизайн.

Сегодня современные образовательные пространства выходят за рамки привычных нам типовых классических учреждений, – общеобразовательных школ, превращаясь в альтернативные многофункциональные центры, поддерживающие разные форматы обучения, всестороннее развитие личности и социальную активность, где отведено место не только урокам, но и творческими проектами, выставкам,

дискуссиям, самостоятельной работе. Эффективное проектирование инновационных образовательных школ становится общемировой тенденцией. Новые возможности в области дизайна и нестандартные (авторские) подходы к архитектуре образовательной среды в зарубежной практике (Финляндии, Швеции, Дании, Норвегии, Голландии, Австралии и Новой Зеландии) показывают примеры так называемых «школ будущего», где школьные пространства сконструированы и построены таким образом, что само здание и привлекательные внутренние помещения вдохновляют на учебу, эффективно включают обучающихся в освоение новых навыков и знаний, а революционные образовательные подходы в прогрессивных школах кардинально переосмысливают традиционный процесс обучения. Американский архитектор-модернист XX века Луис Кан рассматривал школу не просто как утилитарное здание, а как воплощение идеи образования, архетипа, который восходит к самому началу человеческого общения и подчёркивал, что современная архитектура школ часто утратила этот изначальный, свободный дух, став слишком функциональной. «Проектируя школу, – отмечал Канн, – я ищу душу школы, а не просто практическое воплощение школы. Я думаю о школе как среде такого пространства, где хорошо учиться» [2]. Практика альтернативного образования и модернизация российской школьной архитектуры в целом становятся предметом интереса и в России, и такие обновлённые образовательные центры уже появляются не только в крупных городах, как Москва, Санкт-Петербург, Казань, Иркутск, Екатеринбург, но и в других регионах, например, Краснодар, Воронеж, Челябинск и др.

Технологические инновации, компьютерная техника, являющиеся уже частью концепции любого образовательного пространства, рост коммуникационных возможностей, ведёт не только к трансформации системы образования и образовательного пространства развития личности (когнитивного, мотивационно-волевого, нравственного, творческого, физического, коммуникативного, эстетического) с ориентацией на реальные потребности обучающихся, но и нового подхода к организации архитектуры «физической» среды, в стенах которых это формирование и происходит.

Многофункциональный подход к архитектурным решениям позволяет оптимизировать использование классического образовательного пространства, расширяя границы узкоспециализированных зон (актовый и спортивный зал, столовая, библиотека, рекреации), делая их более универсальными и трансформируемыми под разные задачи, события, активности и разные формы коммуникации. В творческую команду для проектирования таких «пространств будущего» подключаются не только архитекторы, проектировщики, но и дизайнеры из сферы графического, средового и интерьерного дизайна, которые вместе формируют не только эстетическое и комфортное, но и безопасное, доступное пространство для

всех категорий участников образовательного процесса, включая лиц с ограниченными возможностями здоровья. Благодаря усилиям специалистов, мы можем наблюдать внешнее визуальное своеобразие современных школьных зданий, а их внутреннее пространство разнообразно и трансформируемо. Добавляются новые помещения в виде мастерских и лабораторий, зон отдыха, помещений для занятий учебно-исследовательской, проектной, досуговой деятельностью и др.

Одним из принципов проектирования таких пространств, наряду с эргономичной предметно-пространственной средой, является проблема визуального имиджа, собственного дизайн-кода и продуманной системы навигации. Дизайн уже является активным средообразующим посредником большинства современных образовательных пространств, смело внедряя новые решения цветографики и типографики в интерьеры и фасады зданий, придавая им не только яркости и выразительности, но и коммуникативности. Эргономичные идеи трансформирования пространства, модульность мебельных групп, успешно обыграны дизайнерами в так называемых «пассивных» и «активных» зонах для полноценного социального взаимодействия, индивидуальной работы, отдыха и прочего интерактива. Вариативность использования коммуникационного оснащения, аксессуаров для хранения, идей фитодизайна, позволяют сделать пространство более дружелюбным и функционально организованным. Не остаётся без внимания и визуальный имидж школы, который проявляется в собственном фирменном стиле, содержащим в себе систему визуальных правил, связывающих графику, цветовой код, навигацию, интерьер и функционал в единую целостную композицию.

Одной из сегодняшних концепций архитектурно-планировочного решения образовательных пространств является их открытость и универсальность, – «стирание» границ между локальными помещениями того или иного назначения и «слияние» их в единое многофункциональное пространство с ранее нетипичными для него функциями. Так, например, коридоры, рекреации и буфеты оснащаются рабочими местами, а в библиотеках и актовых залах предлагаются зоны для проведения занятий, досуга или кинозала. Теперь такие вспомогательные помещения, как коридоры, переходы и рекреации, являются полноправными участниками современного образовательного ландшафта и становятся единым сценарием школьного дня, предлагая новые формы взаимодействия и использования. Такая «гибридная» система внутренних пространств, – мультифункциональных, – делает их доступными и открытыми для любой деятельности, и позволяет всем участникам образовательного процесса, в зависимости от поставленных целей и потребностей, использовать одну и ту же территорию по своему усмотрению. Иное отношение к

образовательному пространству сегодня меняет не только образовательные сценарии, но и инфраструктуру «физического» пространства среды.

Говоря о дизайне современных образовательных пространств, как многогранной и сложной системе, состоящей из множества частей, одной из актуальных тем является организация системы навигации в таких многоструктурных пространствах, особенно для пользователей, попавших туда впервые. Основными требованиями к системе визуальной навигации в образовательном пространстве остается её понятная «визуальная логистика», как внутри здания, так и вне, позволяющая учащимся, преподавательскому составу и гостям комфортно ориентироваться и передвигаться в её пределах; и также это осмысленное использование поверхностей для размещения элементов визуальной навигации, создающих точки коммуникации между участниками образовательного процесса.

Визуальные ориентиры, и в целом система коммуникации в образовательных пространствах школ, детских дошкольных учреждений, отличается от навигации в общественно-деловых и культурных пространствах (например, бизнес-центров, МФЦ, торговых, социальных, развлекательных, досуговых, спортивных, транспортных и т.п.), и даже таких академических пространств, как университеты, несмотря на то, что большинство навигационных компонентов средовой и интерьерной навигации остаются универсальными (типовыми) для большинства общественных территорий (это вывески, указатели, пилоны, стойки, напольная графика, номера кабинетов, таблички для выходов и уборных, эвакуационные планы этажей и др.). Образовательный континуум школы характеризуется не только своей многофункциональной физической структурой среды, но и поведенческой динамикой и разнородностью аудитории (ученик, педсостав, администрация, гость, родитель, в определенных случаях сотрудники экстренных служб), что требует разных подходов к систематизации, наполнению и понятности навигации, применительно к разным сценариям для пользователя со средовой ситуацией. К тому же, в школе ученики не сидят на месте, а постоянно перемещаются между кабинетами и другими помещениями, где навигация должна помогать быстро перестроиться резкому, не равномерному, пульсирующему потоку людей. Навигация в образовательном пространстве должна быть не только визуальным ориентиром, указывающим направление от пункта А к пункту Б, но и содержать обучающую и воспитательную функцию, и отвечать требованиям безопасности и инклюзивности.

Функция навигации в городских открытых пространствах (например, парках, улицах), в зданиях и сооружениях общественного (социального, коммерческого, досугово-культурного) назначения, где движение потоков преимущественно следует единому маршруту или заданному сценарию

перемещения (например, музеях и выставочных залах, вокзалах и аэропортах, торговых галереях, пешеходных туристических маршрутах и др.), где среда последовательно ведёт пользователя от одной точки к другой, должна подчёркивать направление, делить маршрут на смысловые отрезки, контролировать пропускную способность, обеспечивать безопасность, доступность и инклюзивность. К визуальным «подсказкам» в таких общественных территориях будут предъявляться иные требования, чем в образовательных пространствах; они более упрощены и унифицированы в решении графических средств навигации (символов, цветов), в приоритете – минимум текста и высокая плотность информации. В таких местах могут пребывать люди разных языковых групп, с разным уровнем цифровой и визуальной грамотности, поэтому графическая информация часто носит шаблонный характер: стандартные пиктограммы, интуитивно понятные стрелки, компактная двустрочная компоновка (иконка+1-2 слова), иерархия информации, чёткая геометрия знаков, типовая компоновка, нейтральный удобочитаемый шрифт, контрастное цветовое кодирование и крупный размер. Такая система ориентирования проектируется без особой адаптации под конкретного человека или атмосферу места, с отсутствием эмоциональной окраски, концентрируясь на логике «показать путь», а не на опыте пользователя.

Большинство визуальных подсказок в таких общественных местах проектируются согласно стандарту (ГОСТ/ISO), что гарантирует понятность пиктограмм и символов всем посетителям, и соответствие нормам доступной среды. Под нормирование могут попадать и другие детали: цвет фона и изображения, толщина линий, пропорции, правила размещения и установки тактильных пиктограмм, эвакуационные таблички. Нормативные требования составляют основу навигации таким публичным пространствам, помогая встроить стандартизированные элементы ориентирования в архитектуру объекта без лишнего визуального шума. Безусловно, для каждого общественного (социального) пространства под реальные условия, когнитивную нагрузку на человека, возрастные особенности восприятия, разрабатывается свой уникальный набор элементов понятной визуальной среды, формируется свой дизайн-код, но фокус на привязку к нормативам связан, прежде всего, с основным пользователем городского пространства, которым является чаще взрослая аудитория, часто с ограниченным временем пребывания и высоким темпом жизни, не терпящая дополнительных усилий при «прочтении» визуальных ориентиров и лишних интерпретаций. Даже если у общественного учреждения есть собственный фирменный стиль, смысловой слой навигации (пиктограммы, стрелки, основные надписи) оставляют максимально нейтральным и универсальным, сохраняя и проявляя свой визуальный язык в других формах: цвете, материалах и фактуре, эстетике носителей, а не в усложнении знаков. Функциональная ясность среды

позволяет достичь баланс между идентичностью места и удобством пользователя. Цель такой естественной и предсказуемой навигации – «помощь», – просто довести человека до искомой точки, помогая ему сохранить ощущение контроля ситуации в границах находящегося пространства. Поэтому взрослый пользователь, пребывающий часто в режиме многозадачности, и имея уже определенный опыт ориентирования, не нуждается в излишней красочности, художественных метафорах, декоративности и стилизации в элементах визуальной навигации, чтобы не тратить время на ее декодировку, предпочитая считывание информации на бегу. Если визуальная навигация будет восприниматься как раздражитель, это снизит её эффективность и переориентирует пользователя обращаться за помощью к другим лицам, затрачивая время и силы на составление маршрута.

Физическая основа системы образования, как части образовательной инфраструктуры, многогранной и сложной, – это локальное пространство, – открытое, прозрачное, трансформируемое, с высоким потенциалом безопасности и технического обеспечения, средствами дизайна и навигации; оснащенное учебными, общими и административными помещениями, персонализированное**,** хранящее присутствие «детской атмосферы» и продукты деятельности детей (надписи, рисунки, плакаты, фотографии), учитывающее возрастные особенности психического и физического развития учащихся, находящихся в конкретных помещениях; физиологически комфортное и дружелюбно эстетичное.

Темой нашего интереса в рамках навигационного дизайна являются локальные визуальные коммуникации для современных школ, под которыми подразумевается размещение в стенах здания элементов типовой навигационной системы и знаков визуального ориентирования с дальнейшей адаптацией их под конкретные образовательные задачи, архитектуру и фирменный стиль учреждения. Цель школьной навигации заключается в быстром и лёгком ориентировании, как во внутреннем пространстве, так и в пределах прилегающей территории образовательной организации (при необходимости), что будет актуально, как для родителей и новых учеников, так и учащихся, заканчивающих начальную школу, и переходящих к более сложной системе сменного перемещения между другими этажами или корпусами. Нынешние современные форматы образовательных школьных комплексов становятся всё более крупными и часто состоят из нескольких корпусов с большой площадью, поэтому ориентироваться в новом месте бывает проблематично, как детям, так и взрослым.

В настоящее время нет чёткого регламента в проектировании навигационной системы в школе. Каждая организация может самостоятельно утвердить список необходимых локальных навигационных элементов, исходя из архитектуры здания, специфики образовательного

процесса, традиций, возрастных особенностей детей, фирменного стиля и других факторов. Таким примером является стандарт «Московская школа», представленный ГКУ ДИОМ, отвечающий за развитие и сопровождение образовательной инфраструктуры Москвы, и систематизирующий визуальные элементы, который задаёт нормы для навигации, визуальных решений и инклюзивности среды, что обеспечивает единый стиль оформления образовательных пространств города.

Тем не менее, при проектировании и установке навигационных элементов можно опираться на разработанные нормативные документы, как, например, СП 251.1325800.2016, СП 118.13330.2012, СанПиН 1.2.3685-21, СанПиН 2.4.2.2821-10, СанПиН 2.4.3648-20, СП 1.13130.2020, СП 2.4.2.4283-26, ГОСТ Р 59602-2021, ГОСТ Р 52131-2019 ГОСТ Р 53307-2009, которые станут смысловым и функциональным базисом для вспомогательной организации физического и информационного образовательного пространства. Рекомендации психологов по цветовому восприятию могут послужить основой для визуального ориентирования и осмысленного структурирования пространства, чтобы сделать навигацию понятнее и комфортнее. К тому же, существуют общие правила и рекомендации использования внутренней навигации в образовательных организациях, где в школьных коридорах и рекреациях следует применять элементы ближнего и дальнего радиуса действия [4]. Так, например, крупные указатели с заметным издалека шрифтом размещаются в центре или в противоположных концах коридора; а элементы ближнего действия помещают возле лестничных пролётов, на угловых стенах коридоров и возле дверей [4]. Все визуальные подсказки должны стоять непременно до точки выбора маршрута, определяющие следующий шаг пользователя. Вся информация должна находиться на уровне глаз школьников, а в зоне начальной школы необходимо размещать указатели на высоте, комфортной для маленьких учеников. Понятные знакомые символы, яркие цвета, графика с акцентом на игру и дружелюбие помогут учащимся быстрее «освоиться» с пространством и улучшить логистику перемещения.

Функции школьной навигации:

– сопровождение,

– комфорт и безопасность,

– быстрая адаптация в незнакомой сложной обстановке или в однотипных коридорах,

– поддержка визуального имиджа.

Системы школьной навигации:

– пользовательская навигация: её роль помочь человеку понять, где он находится и как пройти в нужное место;

– навигация для МГН: её роль обеспечить доступность маршрута с помощью таких визуальных «подсказок», как тактильные таблички, мнемосхемы, шрифт Брайля, контрастные обозначения;

– эвакуационная навигация: её роль обеспечить безопасность, и она подчиняется отдельным нормативным требованиям.

Типы навигационных носителей и элементов ориентирования в учебных пространствах:

– настенные поэтажный план, поэтажные таблички со списками-перечислениями всех помещений, указателями движения в местах разветвления основных путей. Такие таблички часто дополняют пиктограммами или нумерацией кабинетов; а сам выбор формата указателей обусловлен местом их размещения;

– подвесные таблички со всеми возможными вариантами движения и ключевыми помещениями для каждого направления;

– лестничные и поэтажные указатели, нумерация этажей;

– переносные информационные стенды, напольные/настенные указатели,

– графические иллюстративно-тематические или эмоционально-знаковые изображения на стенах и напольном покрытии являются зрительными ориентирами и делают пространство более запоминающимся;

– цветовое кодирование (поэтажное, отдельных частей здания, между корпусами или по функциональному назначению помещений, цветные настенные/напольные линии-указатели);

– таблички с нумерацией кабинетов, назначением помещения, именами учителей и классом;

– навигационные знаки (пиктограммы) обозначения сервисных зон;

– предупреждающие знаки-символы о правилах поведения; самостоятельные пиктограммы для обозначения функциональных зон (столовая, гардероб, библиотека и пр.);

– эвакуационные планы и указатели запасных входов/выходов.

Навигационная система разрабатывается графическими дизайнерами с учётом образовательных аспектов конкретной школы, и включает в себя ряд определенных этапов (рис. 1), которые помогают дизайнерам «превратить» эту систему в полезный рабочий инструмент, который реально помогает пользователям быстро и без усилий находить нужные помещения. Все правила размещения элементов навигации, их виды, размеры, колористическое и шрифтовое оформление, пиктограммы, графика и всё остальное собирается в один большой свод правил – проектную документацию.



Рисунок 1 – Схема основных этапов дизайн-проектирования навигации

Рассмотрим, что необходимо учитывать в дизайн-проектировании навигационных элементов в школьном пространстве и каких закономерностей и критериев стоит придерживаться:

– анализ маршрутов – выбор «точек принятия решений», где именно расположить ориентиры: входы, развилки коридоров, лестницы, переходы между блоками, главные развилки, места скопления людей, «проблемные» коридоры и пр.;

– выбор типов носителей информации, их роль и место в пользовательском маршруте и связь с другими элементами навигации, с учетом факторов их полезности, эргономичности, адресности, адаптивности, ментальных и физических особенностей учащихся;

– простота и лаконичность текстового и графического контента в навигационных элементах;

– иерархия информации от главного к частному;

– удобочитаемый разборчивый шрифт (гротеск), контрастность цветов;

– смысловые цветовые дифференциации и буквенно-цифровые коды;

– использование простых узнаваемых символьных обозначений, как альтернатива текстовой информации;

– выбор матовых антибликовых материалов для изготовления элементов навигации, с учётом их сертификации, пожаробезопасности, эксплуатации в различных активных общественных зонах;

– мобильность и гибкость навигации;

– единый визуальный стиль всех компонентов навигации: одна система цветов, одни пиктограммы по всей школе;

– координирование между собой всех систем навигации в школьном пространстве, строго сохраняя их задачи.

Выбор и требования к материалам для изготовления навигационных элементов определены сверхактивной эксплуатацией общественных зон, а также функциональным назначением навигационных элементов [3]. Долговечность и безопасность, конечно же, являются ключевыми приоритетами в выборе материалов, но разнообразие фактур и материалов, которые не обязательно могут быть дорогими, делают среду более живой и художественно эстетичной. Наиболее распространенные материалы для навигационных элементов:

– металл (оцинкованная сталь, алюминий),
– ударопрочный пластик,
– закаленное триплекс-стекло,
– натуральное дерево со специальной пропиткой,
– монтажные (аппликационные) пленки (ПВХ-плёнки с ламинацией),
– фотолюминесцентные материалы.

В дизайн-решениях локальных навигационных элементов (не касающихся строго регламентированных систем доступности и эвакуации) можно опираться, как на архитектуру здания, так и характер образовательного учреждения, его историю или собственный дизайн-код. Исходя из этого, все материалы, цветовые решения, стиль графики и изображений, формат и форма табличек и других элементов навигации подбираются так, чтобы соответствовать общей архитектуре пространства здания и логике пользовательского маршрута, слаженно управляющих физической средой и сохраняющих культуру порядка и дисциплины в пределах замкнутой, сложной, разветвленной территории. Несмотря на то, что школа остаётся в своем первоначале местом получения знаний, следующим принципам академизма, с устоявшейся системой ценностей, норм и правил, структурных элементов, где нет места излишнему визуальному шуму, даже в рамках стандартизированного решения образовательных пространств можно найти приёмы и средства выразительности, отражающие уникальность заведения. Сегодня типовая навигация не обязана быть шаблонной, безликой; её потенциал – один из самых посильных способов придать пространству фирменную узнаваемость и собственный коммуникативный язык, который будет успешным инструментом «логистической» организации внутреннего пространства.

Современные тенденции и подходы к проектированию элементов навигации, применительно к образовательному пространству, позволяют вносить творческие эксперименты в её дизайн, сохраняя при этом все нормативные требования. Утилитарная функция навигации теперь дополняется новой эстетикой, – большей декоративностью, тактильностью и эмоциональной нагрузкой, что уместно для образовательных пространств, поддерживающих свой визуальный имидж и доброжелательный формат заведения. Такой подход позволяет организовать навигацию более персонализированной и подстраивающейся под «возрастное разнообразие» целевой аудитории. Так, например, популярным становится гибридный формат навигации, визуально разграничивающий начальную школу и старшие классы. Младшие школьники лучше «читают» навигацию с элементами игры, узнаваемыми персонажами; а старшие классы предпочитают более строгую и минималистичную систему, отдавая предпочтение визуальной среде, рассказывающей истории «живым» графическим языком, с отсылкой к «молодежности», которая отражает ценности, интересы и мировоззрение поколения, даже с возможностью добродушной (мягкой) иронии, часто практикующейся в дружеском общении.

Сохранение персонализации образовательного пространства является существенным фактором в дизайн-проектировании. Художественная стилистика учебных помещений и общественных зон должна содержать акценты, которые ориентируют на присутствие детей и дополнять

пространство «внеучебным» познавательным, но непринужденным фоном. Таковыми элементами могут являться, как художественно-графическое оформление поверхностей (настенная/напольная графика, типографические элементы), так и физические продукты деятельности детей (рисунки, плакаты, фотографии). Настенная декоративная графика, плоскостные и объемные тематические композиции, подчёркивают корпоративную принадлежность, характер заведения, и напоминают о главной миссии образовательного учреждения: пути к знаниям и творчеству, мотивируя учащихся к эпистемическому любопытству.

Напольная графика может быть включена в систему эмоционально-знаковой навигации; и это не только распространенное цветовое кодирование в виде полос-указателей, ведущих к искомой точке. Для учащихся начальной школы, пока они только начинают накапливать опыт передвижения в сложном пространстве, можно превратить путь в игру. Графика классических физических детских активностей, – классиков, прыгалок, ходилок, – в дружелюбной форме будет служить яркой навигационной подсказкой-направлением, благодаря чему школьное пространство станет не только функциональным, но и развивающим.

Настенная научная или образовательная графика, тематические графические композиции художественные элементы, типографические сообщения, активно внедряются в школьные пространства, выполняя не только декоративную эстетическую функцию, но и становясь частью навигационной системы, значительно облегчая запоминание маршрута. Принципы цветовой навигации, получив признание в западных школах, становятся ключевым аспектом, яркими точками притяжения и в отечественном дизайне современных школ. Выбор цвета стен в школе уже не просто вопрос эстетики, а часть концепции создания продуктивной учебной среды. Цветовое разделение на функциональные зоны позволяет нативно передвигаться внутри здания и быстрее запоминать маршруты, и с точки зрения дизайна интерьера это выглядит интересно. Маркировка отдельным цветом или тематической инсталляцией каждого этажа, функциональных зон, положительно влияет на успешное ориентирование в пространстве даже детям с нарушениями восприятия [1].

При проектировании дизайн-системы школьной навигации, конечно же, следует исходить из разумности и рациональности ее размещения, т.к. не каждая школа может нуждаться в её наполнении или многогранности её разнообразия. Навигация должна быть соразмерна масштабу здания, потокам людей и бюджету. Небольшие типовые школы вполне могут ограничиваться табличками с номерами кабинетов, простыми указателями-стрелками, несколькими поэтажными эвакуационными схемами и простыми пиктограммами ключевых помещений (столовая, медпункт, санитарные зоны). Но даже в такие небольшие пространства можно внести уникальную художественную эстетику, опираясь на принципы

графического дизайна и средства выразительности графики, фактурность материалов. Это может быть спокойная палитра с одним акцентным цветом только для стрелок, рамок и пиктограмм. Тонкие линии-разделители, пунктирные линии маршрутов, лёгкие паттерны, цветной плинтус или цветные вставки плитки вместо плотных заливок стен-зон, сделают навигацию лаконично-эстетичной и не «кричащей», органично образуя функциональные визуальные ориентиры частью интерьера. Также простые минималистичные силуэты пиктограмм, соблюдение пространства и ритма между элементами навигации (табличками) делает восприятие навигационного размещения спокойнее и не перегружающим фон.

Школы же со сложной планировкой, современные многофункциональные образовательные центры, создают фон для более развернутой многуровневой системы навигации. Здесь уместны маршруты-линии на полу/стенах, подвесные указатели над развилками, настенные таблички на поворотах, локальные таблички на дверях, крупные поэтажные планы. Повторяющиеся визуальные маркеры в виде одинаковых пиктограмм и цветовых полос у лестниц и на поворотах, которые создают ритм и помогают быстрее ориентироваться. Добавляется цветовая кодировка этажей/блоков, дублирование пиктограмм + текста, схемы «вы здесь» на каждом этаже. В связке со статичной навигацией успешно работает интерактивная навигация. Это сенсорные навигационные киоски/панели с интерактивной картой школы, мобильные приложения, AR-навигация, проекционные подсказки на полу/стенах, QR-коды на статичных указателях, тактильные и сенсорные элементы, подсвечивающие нужное направление и др.

Организация системы визуальной навигации требует проработки сценария маршрутов, которыми чаще всего будут являться: «вход → этаж → класс», «вход → гардероб → класс», «класс → столовая», «класс → спортзал» и др., и для каждого необходимо определить минимальный набор указателей. Так навигация будет основана на закономерностях и визуальной иерархии постепенного раскрытия информации, где самой крупной единицей может являться подробный Поэтажный план здания с выделенными ключевыми зонами (администрация, столовая, спортзал, актовый зал, медпункт), дополненный краткой легендой: цветовой кодировкой блоков/этажей + пиктограммы; а самой мелкой, – номер кабинета. И так, ориентируясь по указателям, посетитель найдет нужное помещение.

На рис. 2 представлена схема «многоуровневого» подхода к поиску конечной точки маршрута в физической образовательной среде.



Рисунок 2 – Схема построения поиска маршрута

Рассмотрим каждый уровень подробнее:

1. Глобальный уровень – поиск конечной точки маршрута на Поэтажном плане здания при входе или в холле: выбирается основной коридор/крыло, этаж.

2. Зональный уровень – поиск на Схеме этажа функциональных блоков (например, начальная/старшая школа, спортзал, столовая и др.) или учебных/административных кабинетов. Схема располагается на лестничном пролёте или в других сервисных точках: холлах, возле гардероба. Для обозначения используются цветовые/буквенные зоны.

3. Локальный (маршрутный) уровень – поиск и движение к конечной точке с помощью направляющих линий на полу или на стене, подвесных/настенных указателей на перекрёстках коридоров, табличек на дверях, нумерации кабинетов, стрелок и пиктограмм.

4. Персональный (точечный) уровень – местонахождение конечной точки, – таблички на дверях с номером и названием кабинета/класса, – с помощью указателей, тактильных и контрастных элементов для слабовидящих (при необходимости) у дверей/на поворотах коридоров.

Школьная навигация – это достаточно индивидуальная многоуровневая система, которая зависит от специфики каждой конкретной организации, архитектуры здания, идентичности места, поведения пользователей и др. Графический дизайн, как инструмент, помогает визуально оптимизировать пространство, сделать его понятнее, комфортнее и управляемее. Независимо оттого, какая именно будет нужная навигация той или иной школе, – умеренно-немногословная или обстоятельно-информативная, – необходимо, главным образом, выстроить навигационную иерархию так, чтобы пользователь в нужный момент получал информацию для следующего шага. А единый графический стиль навигации помогает сократить время поиска нужных кабинетов. Эстетика, функция и «логистический» потенциал навигационных элементов в купе с рациональным использованием поверхностей помещения эффективно влияют на формирование комфортного и безопасного физического и информационного пространства, и как результат, положительного имиджа заведения.

Применяемая на западе концепция wayfinding-дизайна («поиск пути»), в том числе и в школьных пространствах, нашла свое отражение в нынешней системе навигационного дизайна и в российской практике. Датский дизайнер Пер Моллеруп, переосмыслив эту идею, предложил свой

термин «wayshowing» (досл. «показать путь»). Он говорил: «Задача дизайнера не в том, чтобы решить проблему поиска пути, а в том, чтобы помочь людям самостоятельно решать эту проблему» [7], подчеркивая роль дизайнера в создании интегрированных систем навигации, которые активно направляют пользователей, а не просто предоставляют информацию. В своей книге «Навигация: руководство по принципам и практике экологической навигации» (2013) Моллеруп выделяет «навигацию» как ответственность дизайнера за направление пользователей через структурированные процессы, такие как поиск, принятие решения и движение. На практике концепция wayfinding выходит за рамки стереотипного понимания навигации как процесса движения из точки А в точку Б. Это целостная система, которая делает этот процесс возможным: от архитектурно-планировочных решений до знаков, цвета, света и даже названий зон. Принципы навигации объединяют архитектуру, графический дизайн и пользовательский опыт для обеспечения согласованности и простоты в общественных местах, особенно при многоуровневой подаче информации в современных зданиях, опираясь на семиотику и теорию коммуникации для сопоставления знаков (названия и символы) со знаковыми местами для интуитивного понимания [6]. Возвращаясь к дизайн-концепции *wayshowing* Перо Моллерупа, можно проследить его ключевую идею процесса пространственного решения задач, основанную на планировании и исполнении (или принятии решений и их реализации) [7], где взаимодействуют две роли: 1) то, что делает *пользователь* (ориентируется, принимает решения) и 2) то, что делает *дизайнер*: создаёт систему знаков, графики, визуальных подсказок, которая делает пространство навигационным и облегчает пользователю задачу. Таким образом идея Моллерупа «цель предлагающего путь – облегчить поиск пути».

Возможности дизайна во многом изменили современную образовательную среду, соединив эстетику и педагогику, сформировав новый формат школьной культурно-образовательной среды, где дизайн является частью концепцию инфраструктуры «новой» школы. Эстетизация учебно-воспитательного пространства конкретного образовательного учреждения различными средствами дизайна (интерьерного, графического, архитектурного) является уже мировой тенденцией. Проблема старого и нового всегда волновала общественное сознание, т.к. новые идеи и технологии открывают перспективные возможности для развития, экспериментов, инноваций. Это касается не только сферы искусства, но и других сфер жизни: культуры, экономики, урбанистики, в профессиональных сообществах, личной жизни и др. Каждое время, в той или иной форме, выражает свое содержание. Главное содержание проблемы формирования новых эстетико-функциональных образовательных пространств в том, чтобы новое в них мастерски, талантливо сочеталось со

старым, т.е. ценностями и опытом предыдущих поколений, с сохранением своей идентичности. Как подмечено автором книги Ф. А. Новиковым «*Формула архитектуры» (1984)* «… абсолютно профессиональный уровень нового объекта должен соответствовать или быть выше уровня ранее созданного». Каждый шаг в развитии дизайна и архитектуры – новые материалы, формы, подходы, новые планировочные и конструктивные приемы, те или иные детали или элементы, которые способствуют повышению комфорта, безопасности, новой эстетики, а вместе с ними дают обществу современный продукт, эмоциональный, образный, идейно насыщенный. Так, на смену типовым проектам школ приходят новые образцовые проекты с уникальными зданиями, многофункциональными помещениями, визуальными идеями формирования новой культуры управления пространством. Процесс индивидуализации архитектурно-дизайнерского творчества запущен, и он будет постоянно преображаться, порождать новые функции, новые технические и эстетические идеи, дарить человечеству новые образы – удивлять, радовать, восхищать.

На рост образовательной архитектуры и развитие образовательной инфраструктуры во многом повлияло строительство современных жилых комплексов, которые закладывают в свою концепцию разнообразные образовательные функции: детские сады, школы и центры дополнительного образования для всех возрастов; а также и развитие частного образования. И, конечно, такие темы как высокое качество образования в них, наличие собственного бренда школы и персонализированного пространства, формирующих новый опыт и практики, являются приоритетом в таких школах-новостройках, что повышает их ценность в глазах потребителя и делает их конкурентоспособными. Государственные программы также ведут в этом направлении масштабные работы: не только реконструируют уже существующие объекты, но и строят новые школы, мощные научно-образовательные центры и многофункциональные пространства, где также, наряду с качеством образовательного процесса, комфортом и безопасностью, в один ряд становится новый подход к визуальному решению современных государственных школ. В их фокусе рассматриваются сама архитектура здания, колористика, навигация, интеграция образовательных элементов, зонирование, доступная среда. Архитекторы и дизайнеры вместе выстраивают целостную композиционную систему, где каждый элемент (цвет, форма, навигация, материалы, технологии) работает на одну цель: создать среду, которая одновременно красива, функциональна, комфортна и поддерживает учебный процесс.

Список использованных источников

1. Иванов, К. В., Аксенова, Л. В. Когнитивные карты школьного пространства: проектирование навигации через арт-объекты и экспозиции //

ДИСК-2025: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции в рамках Всероссийского форума молодых исследователей «Дизайн и искусство – стратегия проектной культуры XXI века» (Москва, 17–20 ноября 2056 г.). – Москва : Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство). – С. 154–158.

2. Новиков, Ф. А. Формула архитектуры: эссе (Истоки, процесс, условия, результат из творческого опыта) / Ф. Новиков. – Москва : Детская литература, 1984. – 144 с

3. Рассадина С. П., Сорокина Д.Е. Дизайн навигационных систем образовательных учреждений // Технология текстильной промышленности. – 2020. – № 1 (385). – С. 231–235.

4. Система навигации в школе: функции, составные элементы и особенности размещения // ЭдуДизайн: дизайн-бюро : [сайт]. – URL: https://edudesign.ru/navigation-for-school.

5. Создаем дизайн современной школы // Design For School : [сайт]. – URL: https://www.design4school.ru/.

6. Mollerup, P. Wayshowing > Wayfinding: Basic & Interactive. BIS Publishers, 2013. – 240 p.

7. Redoström, J. Wayshowing – A Guide to Environmental Signage: Principles and Practices [Text] : a review of P. Mollerup's book / J. Redoström ; Danish Center for Design Research // Artiafact. – 2007. – Vol. I, No. 1. – P. 60–63.

© Кучеренко М.С., 2026
© Моргунова Е.В., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

УДК 74.01/.09

М. С. Кучеренко,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

А. В. Мощенская,
студентка
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ВИЗУАЛЬНЫЙ КОД В СОВРЕМЕННОЙ ГАСТРОИНДУСТРИИ (ФОРМИРОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНОЙ КОНЦЕПЦИИ НА ПРИМЕРЕ ГАСТРОБАРА «ЭФА»)

В данной статье рассматривается значение визуального кода бренда (фирменного стиля) в современных заведениях общественного питания. Рассмотрен пример создания визуальной идеи для барного пространства, как уникальный приём для привлечения внимания потребителя. Была проведена работа по формированию собственной визуальной концепции фирменного стиля на примере гастробара «ЭФА». Также был сделан вывод о важности идейного визуального стиля, тематически проработанной атмосферы заведения общепита, закрывающего потребности человека в проведении досуга с элементами отдыха, формируя эмоциональный фон и «повод» для повторных посещений, учитывающих лояльность клиента и бренда.

Ключевые слова: гастробар, дизайн, визуальная концепция, фирменный стиль, логотип, атмосфера.

На сегодняшний день классические заведения общественного питания активно пополнились новыми концептуальными пространствами. В ряд привычных нам ресторанов, баров, кафе, пабов, пиццерий, кофеен, пекарен и кондитерских, встали новые гастрономические форматы, – фуд-холлы, точки стрит-фуда, гастробары, дарк-китчены, антикафе, кофейни-коворкинги, кафе-магазины, кейтеринг, локальные кухни, сочетающие в себе кухню на основе национальной кулинарии, собственного производства или фермы, например, ресторан-сыроварня или ресторан-пивоварня, и другие гибридные и экспериментальные форматы.

Исследователи потребительского поведения столь стремительную динамику роста и изменения форматов и подходов в сфере общепита, как, например, в клиентском сервисе, в гастрономических «новшествах», сценариях взаимодействия с пользователем, в визуальной атмосфере,

гастроэстетике и пр., связывают с ускорением ритма жизни, меняющимися привычками и ценностями потребителей, цифровизацией и внедрением ИИ, трансформацией института семьи, ростом прямой конкуренции и другими факторами. В современном общепите закрепилось такое понятие как «маркетинг впечатлений», который направлен на генерацию положительных эмоций посетителей: в заведении им должно быть не только комфортно и вкусно, но также должна незримо присутствовать, быть ощутимой, та атмосфера, в которой приятно провести время, и выстраивающая доверительные отношения, и формирующая эмоциональную привязанность между заведением и гостем на длительный срок.

Многие заведения, помимо гастрономических новаторств и грамотного оперирования инструментами персонализированного маркетинга, стремятся преподнести искушенному потребителю в своих пространствах запоминающуюся концепцию в виде ярких, уникальных визуальных элементов, образов и других положительных сенсорных воздействий (тактильных, обонятельных, слуховых, кинестетических), формирующих приятную эмоциональную обстановку, сервис, визуальный комфорт и желание гостей почувствовать себя в центре чего-то особенного. Такой подход наблюдается не только в заведениях, позиционирующих премиум-сервис, – это область интереса и для общепита с умеренной ценовой политикой.

Наравне с гастрономической палитрой и сервисом, ведущую роль играет и визуальная привлекательность заведения (визуальный имидж), включающая в себя брендинг, фирменный стиль, рекламные носители во всём их многообразии, дизайн интерьера и экстерьера, текстиль, декор и аксессуары, интерактивы и др. Фирменный стиль – это не только визуальный код компании, но и важный инструмент коммуникации с пользователями. Ценность фирменного стиля в сфере современного общепита подтверждается большим количеством гастропространств, которые представлены разнообразием своих форматов и индивидуальным визуальным имиджем внутри этого сегмента; где каждое заведение, независимо от вида и статуса, имеет свои уникальные подходы, направленные на удовлетворение визуально-эстетических и вкусовых интересов и потребностей в разного рода отдыха и активностей своей аудитории.

Понимание конкурентной среды и поиск собственного уникального визуального языка позволяет успешно позиционировать компанию среди конкурентов и сформировать свое актуальное культурное пространство. Самобытный визуальный имидж, правильный ассоциативный ряд, становятся главными отличительными инструментами, и во многом определяют успех узнаваемости и посещаемости заведения, укрепляя связь между продуктом и потребителями. Факт того, что знакомство с местом

общественного питания происходит сначала визуально, остается самоочевидным [3]. Таким образом, визуальный имидж, визуальная концепция, – не самоцель. Все это должно усиливать пространство, работать на атмосферу и эмоциональный опыт, и, в конечном счете, приносить прибыль.

Для привлечения внимания аудитории к тому или иному заведению общепита организаторы стараются предложить посетителю что-то настолько уникальное, что поможет завоевать его лояльность, и выделить пространство среди конкурентов. Это может быть связано, как с аутентичностью гастрономического продукта, так и с индивидуальностью визуальной идеи, атмосферы и пр. Образ заведения, однозначно, сработает лучше, если его концепция будет конкретной, яркой, с определённым смыслом, затрагивая, как маркетинговую стратегию, так и дизайнерские решения. Правильный ассоциативный ряд, соответствующая визуальная метафора, составят то индивидуальное содержание, которое станет основой фирменного стиля и современного дизайнерского гастрономического пространства.

Одним из ярких примеров опыта создания визуального и атмосферного образа барного проекта можно рассмотреть арт-концепцию самого провокационного, шокирующего художника современности Дэмиена Хёрста [2]. Одна из знаковых его работ – «The Unknown (Explored, Explained, Exploded)» – 13-футовая тигровая акула, разделённая на три части, каждая из которых подвешена в отдельном стеклянном аквариуме с формальдегидом, является главным арт-объектом роскошного бара с одноименным названием Unknown («Неизвестное») в отеле Palms Casino Resort, открытого в 2018 году в Лас-Вегасе (рис. 1). Ранняя версия культовой инсталляции Хёрста с акулой «Физическая невозможность смерти в сознании живущего» (The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living), созданная в 1991 г., была представлена на выставке «Сенсация» в 1997 г., ставшая «величайшим скандалом конца XX века, изменившим правила игры в мире искусства». Несмотря на резкую критику арт-консерваторов, публика, жаждущая чего-то нового, оценила экспозицию.

Инсталляцию Хёрста можно охарактеризовать как физическое произведение, существующее в реальном пространстве и взаимодействующее со зрителем напрямую, не являющуюся произведением графического дизайна, а принадлежащую сфере концептуального искусства; тем не менее, такой подход внедрения сильного, визуального, даже эмоционального диссонанса в дизайн интерьера, является показательным уникальным приёмом для привлечения внимания. В контексте данного заведения, такой подход к визуальным элементам в дизайне барного пространства, – это высказывание про новые вкусовые сочетания, неожиданные подачи, эксперименты с фирменными напитками.

К тому же, «Неизвестное» создаёт интригу: гость не знает, чего ждать, и это усиливает вовлечённость. Такой визуальный ход вполне уместен в современных проектах общепита с авангардной, смелой концепцией.



Рисунок 1 – Инсталляция «Неизвестное» в баре Unknown, Дэмиен Херст.
URL: https://www.palms.com/dining/unknown

Несмотря на то, что рассматриваемый пример является косвенным аналогом, характерный больше для дизайна интерьера, а не сферы исследуемой тематики, такой анализ позволяет выйти за рамки привычных решений и найти неожиданные подходы к проблеме и стать отправной точкой последующих дизайн-решений на основе собственного авторского вклада [4]. Например, в своей статье о методике креативного поиска Павловская Е.Э. так описывает подход к поиску идей и концепций: «…для одного важно изучить горы информации, чтобы «зацепиться» за нужную «ниточку» … Кто-то способен увидеть будущий образ в одном-единственном слове, а кто-то отталкивается в работе от конкретных зрительных впечатлений».

Данный пример наглядно показывает, что грамотно продуманная визуальная идея – это как ДНК для фирменного стиля в современном общепите. Она задаёт правила игры, и от неё зависит, каким заведение запомнится гостям. Визуальные решения напрямую работают на эмоциональный опыт, помогая создавать целостный образ заведения и усиливая его узнаваемость. К тому же, смелая визуальная идея в перенасыщенном рынке общепита, – мощный инструмент дифференциации и отстройки в будущем дизайне, который становится конкурентным преимуществом.

Сегодня поход в бар или посиделки с семьей, друзьями, – в кофейне, ресторане, – это всегда что-то большее, чем принятие пищи. Стремление к удовольствию (то есть к положительным эмоциям) и избегание боли (то есть отрицательных эмоций) – это базовые мотивации человека в жизни [6]. Заложенная в человеке на природном уровне потребность к прекрасному уже давно умело проработана рестораторами. Закрывая базовую физиологическую потребность организма в питании, в сочетании с

эстетической потребностью и с высоким уровнем сервиса, заведения общепита значительно расширили и продолжают активно расширять свой подход не только к ассортименту меню, ингредиентов, но и к визуальной коммуникации заведения. Актуальным для общепита остаётся поиск своей визуальной «фишки», где это может быть завлекающее название, тематический дизайн интерьера, интересные активности, интерактив, арт-экспозиции и пр.

Зоной нашего интереса является предложение визуальной концепции для такого формата гастрономического пространства, как гастробар, который в последние годы развивается особенно активно, вызывая пристальный интерес эстетов и любителей исследовать неизвестное. Для начала следует рассмотреть его как пространство. Гастробар – это гибридный формат заведения общепита, который совмещает концепцию бара и ресторана, где одинаково серьёзно относятся и к кухне, и к напиткам, и где последние, – это не дополнение к еде, а равноправная часть концепции. В меню неизменно присутствуют авторские коктейли и другие напитки. Барная карта зачастую становится важнее основного меню и связана с созданием особой атмосферы заведения. Отличительные особенности гастробара от похожих форматов, – это демократичная атмосфера без строгого дресс-кода и «ресторанных церемоний» и акцент на визуальную привлекательность, эффектность и нестандартную подачу блюд. В таких заведениях музыка может быть громкой, общение – живым.

У каждого гастробара есть свои особенности: кто-то специализируется на локальной кухне, позиционируя атмосферу региона; гастробары с экспериментальной концепцией по методу фудпейринга (от англ. food pairing) предлагают сочетание продуктов питания и напитков на анализе их ароматических профилей; тематические гастробары строят свою концепцию вокруг истории, легенды или культурного кода; классические заведения предлагают еду и бар на равных. Концепция гастробара с танцполом обычно основана на работе по системе «пять-два» или в формате с вечерней трансформацией. Так как большинство потенциальных гостей работает с понедельника по пятницу, им не до веселья. Поэтому в этот период гастробар превращается в уютное спокойное заведение, где можно провести время в приятной обстановке и познакомиться с необычными гастрономическими сочетаниями. В выходные и событийные мероприятия всё меняется: заведение становится более шумным и «подвижным», предлагая посетителю более клубную атмосферу. Гости приходят не только для удовлетворения гастрономических потребностей, но и за порцией энергичных развлекательных программ и эмоционального подъёма. В таком формате *гастробара предпочитают создавать атмосферу, благоприятную для отдыха и веселья, где* танцы и музыка, – не дополнение, а также часть концепции.

Так, гибкость концепций гастрономического бара позволяет создавать

любую атмосферу при сохранении двух фундаментальных основ, – преимущественно авторской кухни и продуманного барного этикета. Например, выделяет ключевые позиции гастробара, – танцевальный формат и авторскую барную карту, – это расширяет границы визуальных возможностей, как в фирменном стиле, так и в дизайне интерьера. Стилистику и атмосферу гастробара, а также другие составляющие, как: кухня, напитки, программа развлечений и пр., – определяет целевая аудитория, которую необходимо привлечь.

В продолжении содержания статьи рассмотрим идею смысловой визуальной концепции на примере фирменного стиля для гастробара «ЭФА», созданного в рамках учебного процесса.

Гастробар «ЭФА» – это яркие вечеринки, вкусная кухня, барное меню с авторскими напитками и танцпол. Днем – это кафе, вечером – бар, а ночью – танцевальный клуб. Гастробар «ЭФА» – место для тех, кто любит веселиться и танцевать, а также идеальное место для организации студенческих и ночных вечеринок, концертов, интеллектуальных игр и других мероприятий.

Идея: игра с ожиданиями; гастробар как пространство с энергичной динамичной атмосферой, где гость сталкивается с неожиданным. Здесь «Эфа» работает как визуальный шок и интрига «Что она здесь делает?». Этот разрыв шаблона, который становится частью опыта, – заведение вовлекает гостя в мини-квест по расшифровке образа.

Целевая аудитория: студенты, молодежь, активные личности, ищущие место для встреч с друзьями, танцев, развлечений, новых впечатлений, для которых определение «вкусно» не всегда имеет отношение к еде. Их интересы: тематические пространства с энергичным характером и неформальной атмосферой, демократичные цены при разнообразии и качестве блюд и напитков, отличная музыка и техническая оснащённость. Также это взрослые ценители стильной творческой атмосферы, где музыка как часть уюта, приятного обслуживания, ярких гастрономических сочетаний и авторских напитков.

Отправляясь в бар, люди думают о приятном времяпрепровождении, и ожидания от интерьера, и в целом от визуального образа заведения, у них обычно связаны с его тематикой. В соответствии с ожиданиями посетителей, оформление интерьера гастробара «Эфа» предлагается, как вариант, в стиле, который балансирует между дерзостью и уютом, с акцентом на детали, стилизованные под предложенный яркий визуальный код гастробара «ЭФА».

Характер бренда: динамичный, энергичный, смелый, активный, гремучий, эмоциональный.

Так как «ЭФА» днем, – это место, где можно провести время в непринуждённой обстановке, а в вечернее время меняется атмосфера, становясь более динамичной, активной и танцевально энергичной, то

данная идея легла в основу визуального кода гастробара. В создании фирменного стиля было решено позволить много свободы, нестандартных ассоциаций, хищной энергии.

Визуальными маркерами для гастробара были выбраны две метафоры, послужившие вдохновением для создания необычного визуального образа такого формата заведения общепита.

Первая – это образ змеи эфы, которая, несмотря на свои «негативные» характеристики, имеет ряд ассоциативных качеств, соответствующих духу и атмосфере гастробара. Песчаная Эфа – это небольшая и о-о-очень подвижная змейка, которую серпентологи считают крайне опасной и агрессивной. Она всегда в движении, всегда готова к атаке. На песчаной поверхности её очень легко обнаружить по своеобразному характерному следу, который она оставляет. «Образ жизни» эфы косвенно имеет схожий характер с основной потребительской аудиторией гастробара. Эфы всегда остаются крайне подвижными змеями. Характерную для других змей спячку они часто игнорируют, сохраняя свою активность практически на протяжение всего года. Они могут бодрствовать в любое время суток. Как правило, зимой они предпочитают отдыхать ночью и выползать из укрытий днем, когда воздух немного прогревается. Летом, напротив, предпочитают вести активную жизнь по ночам, когда спадает зной. Однако эти правила эфы легко нарушают и могут появиться совершенно в неожиданное время. Тем самым мы провели некую параллель между поведением эфы и самым активным возрастным периодом молодых людей, перешагнувших совершеннолетний рубеж. Всем им не чужд подвижный ночной образ жизни, где активность только набирает обороты. Согласно древнему индийскому понятию Кундалини, – Энергия покоится в каждом человеческом существе в виде спящей змеи, что эта змеиная энергия жизни, свернувшись кольцом, располагается в основании позвоночника человека. Древние учения также гласят, что, когда эта змея разворачивает свои кольца и поднимается, происходит нечто крайне удивительное и необычное. Она представляет собой поток огромной массы квантов. Это некая субстанция, которая хранится в человеческом теле для особой цели, она скрыта, и скрытый запас этой энергии предназначается для человеческой эволюции.

Второй ассоциацией, которая схожа с эстетикой (пластикой) внешнего вида эфы, – является музыкальный ритм, где чередование звуков и пауз различной длительности образует определенную последовательность – мелодию. Именно эти метафоры станут визуальной основой для фирменного знака (рис. 2).

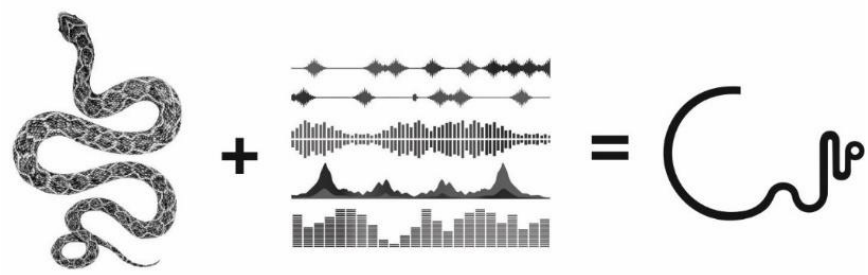


Рисунок 2 – Визуальная метафора для поиска логотипа «ЭФА»

Название «Эфа» нетипичное для заведений питания, но, учитывая формат, тематику и сервис, оно действительно может заинтересовать потенциального клиента и будет адекватно воспринято современной аудиторией.

Название характерно для ассоциаций третьего порядка, где абстрактные связи строятся на основе сочетаний объектов, их свойств, а также личного и общечеловеческого опыта наблюдателя. Такие ассоциации, возможно, не столь очевидные и «говорящие», как ассоциации первого и второго порядка, но тоже интересны и более глубоки по ассоциативным аспектам, могут иметь большее воздействие на сознание и подсознание потребителя. Такой подход позволил визуальными средствами (инструментами) дизайна выделить истинные преимущества бренда. Название достаточно лаконичное, практичное, легко произносится, записывается и запоминается. Ни для кого не секрет, что люди лучше и быстрее запоминают короткую информацию. К тому же оно достаточно звучное и дерзкое, «цепляет» на слух сочетанием гласных и шипящей буквы «Ф». Уникальность буквы еще в том, что «Ф» – самая редкая буква русского алфавита, так что название, в некотором роде, уникальное, неизбитое и новое для восприятия в данном формате заведений современного общепита.

Логотип «ЭФА» представляет собой комбинированое сочетание шрифтового блока и графического символа. Авторский шрифт представляет собой плотный монолинейный гротеск без украшений. Буква «Ф», занимающая центральное место в слове, характеризуется своей симметричностью, а её круглое основание задает единый стиль соединительным элементам буквам «э» и «а», позволяя составить из них цельную, визуально сбалансированную и гармоничную шрифтовую композицию по типу лигатуры (рис. 3).



Рисунок 3 – Авторский логотип гастробара «ЭФА»

Графический элемент в логотипе представляет собой стилизованный иконический знак, где отчетливо виден характерный образ змеи эфы, который ассоциативен с её узнаваемым ритмико-пластичным движением. В стилизации символа было решено уйти от типовых решений в изображении змеи, как, например, змеиный зуб, капля яда, раздвоенный язык, чешуя и т.п. Основной фокус был сделан на минималистичный геометрический (плоский) силуэт с акцентом на форму змеи, в частности, на ритм её движения, схожий со звуковой волной. Стилеобразующим элементом является круг, в который часто сворачивается змея. Такое характерное сворачивание в змеиное кольцо, её циркульные движения, легли в основу стилеобразования фирменного стиля гастробара. Плавные линии и отсутствие острых углов убирают излишнюю агрессию змеи, делая образ «элегантно дерзким» и более танцевальным, сохраняя динамику и узнаваемость. В результате была получена стилизованная форма змеи в виде непрерывной ленты постоянной ширины с динамичными изгибами, в основу которой лёг принцип построения плавных сопряжений и прямых отрезков. По окончанию лента закручивается в небольшой круг, имитирующий голову змеи. Так волна-ритм сразу считывается как «движение», и ассоциативно отсылает к танцполу, музыке. Фирменный блок, в композиционном плане, представляет графический символ змеи, внутри которого заключен шрифтовой блок-название, и дополненный дексриптором (рис. 4).



Рисунок 4 – Авторская идея возникновения логотипа «ЭФА»

Цветовая палитра гастробра строится на контрастном минимализме, что сразу задаёт дерзкий и лаконичный тон. Всё строится на чёткой форме и сильной паре насыщенных цветов – красного и синего. Синий и красный вместе передают всю полноту эмоциональных ощущений, где скрытая, рвущаяся энергия сочетается с драматургией танцпола и контроля. Красный цвет является доминирующим, синий – акцентным, базовый белый является связующим и нейтральным, и смягчает активность яркой гаммы. Графические элементы, такие как иконки, паттерны, фоновые изображения, форма, линия, – являются частью нарратива, где каждый элемент «объясняет» идею, а не просто украшает. Плавные линии работают и как знак, и как система, являясь стилеобразующим элементом для построения всех других визуальных элементов. Основной паттерн строится из геометрических модулей (дуг, сегментов, окружностей), которые позволяют

при различных структурных вариациях получать разные «линии движения», избегая визуальной монотонности. Чередование красных и синих модулей (сегментов ленты) с небольшим смещением создаёт эффект перемещения (рис. 5).



Рисунок 5 – Фирменные цвета и паттерны гастробара «ЭФА»

Графические элементы могут легко трансформироваться в выразительные объемные элементы декора для интерьера гастробара, которые станут визуальными «маркерами». Это может быть крупная напольная или настенная арт-инсталляция (например, металлическая скульптура в виде змеи) с неновой подсветкой, барная полка как самостоятельный дизайнерский объект, но притом достаточно функциональный, а также интерьерные постеры или реклама в соцсетях, которая может быть достаточно яркой и интригующей (рис. 6).



Рисунок 6 – Идеи арт-объектов для интерьера гастробара «ЭФА»

Базовые константы визуальной концепции закладывают основу для творческого подхода дизайнера в процесс включения их в систему всех визуальных коммуникаций заведения, формируя цельный образ гастробара и усиливая эффективность рекламы (рис. 7).



Рисунок 7 – Рекламно-полиграфическая продукция для гастробара «ЭФА»

Заведения общественного питания, независимо от назначения и уровня, представляют собой синтез гастрономического и визуально-эстетического вкуса, где гедонистические, утилитарные и социальные ценности являются тремя важнейшими элементами воспринимаемой ценности в потребительском поведении. Визуальная обстановка в пространстве общепита – это не просто «фон». Она, вкупе с качественным обслуживанием и аутентичной едой, программирует эмоции, формирует настроение, влияет на решения, и в итоге обогащает весь опыт гостя. Одной из причин посещения гастрономического пространства играет его визуальная атмосфера. Подразумевается не только оформление фасада и внутреннее убранство, как, например, стильный и эргономичный интерьер, включающий в себя предметную и музыкальную обстановку, освещение, мебель, дизайн меню, фирменные носители, униформу персонала и многое другое, что является уже на современном этапе проектирования общепита априори. Атмосферу создает не только физическая среда, но и тематика заведения, которая, зачастую, является преимущественно значительным моментом при визите в то или иное заведение [1]. Актуальные, яркие, новаторские идеи в области дизайна фирменного стиля в индустрии гостеприимства, повышают готовность потребителя участвовать в совместном творчестве в гастропространстве. В контексте посещения заведений общественного питания, чтобы избежать негативных эмоций, связанных с невозможностью поужинать вне дома, потребители могут придавать большее значение утилитарным (например, удобство, качество еды и обслуживания), гедонистическим (например, приятная атмосфера в ресторане) и социальным (например, социальные взаимодействия, обеспечиваемые заведением) ценностям [6]. Исходя из этого, потребители могут быть склонны к завышенной оценке удобства, качества еды и обслуживания, комфортной атмосферы в нём.

Индустрия общественного питания – сложная сфера, состоящая из множества критериев и аспектов, работающих на создание единого впечатления для гостей. Дизайн, как часть маркетинговой стратегии, вносит весомый вклад в визуальный код современного заведения общепита и формирование привлекательной атмосферы. Неиссякаемый запас творческих идей, новаторских решений в сфере визуальной эстетики, актуального искусства, ведет к возникновению новых, неожиданных и непредсказуемых форм визуального и художественного опыта, созданию сложных синергетических связей и взаимодействий, которые в итоге могут привести и приводят к рождению новых тематических и концептуальных гастрономических пространств, со своей уникальной визуальной идентичностью, так актуальных в общественной жизни современного человека, позволяющие ему погрузиться в незабываемую атмосферу, где еда существует как искусство. Инструменты и принципы дизайна, которые можно рассматривать как равнодействующий выразительный элемент

предметно-средового пространства, творческий подход и авторские приемы в проектировании визуальной части маркетингового продвижения помогают в формировании уникальной конкурентоспособной концепции, оказывающей сильное влияние на поведение потребителя и уровень его удовлетворенности.

Список использованных источников

1. Иволга, А. Г., Лесова, К. Феномен потребительской лояльности на предприятиях индустрии гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т.16. №5. – С. 149–156.

2. Кучеренко, М. С. Пространство декоративного // Дизайн-образование: проблемы и перспективы: сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2016. – С. 208–213.

3. Кучеренко, М. С., Захарова Д. А. Фирменный стиль как инструмент позиционирования предприятия общественного питания (на примере кафе сухих завтраков «Криспи») // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2022. – С. 107–120.

4. Кучеренко, М. С., Исаакова, А. А. Изучение объектов-аналогов как важный предпроектный этап в дизайн-проектировании // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2020. – С. 220–231.

5. Херриотт, Люк. 1000 Стилей ресторанов баров кафе. Креативная Концепция от Логотипа до Стиля / Л. Херриот. – Москва : РИП-Холдинг, 2007.

6. Jiang Y and Lau AKW (2022). Effect of restaurant consumers' anticipated emotions on perceived value and behavioral intention in the COVID-19 context. – Front. Psychol. – 13:1013209. – doi: 10.3389/fpsyg.2022.1013209.

© Кучеренко М.С., 2026
© Мощенская А.В., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

УДК 659

М. С. Кучеренко,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

О. А. Швецова,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

СИСТЕМА ВИЗУАЛЬНОЙ НАВИГАЦИИ (АНАЛОГОВАЯ И ЦИФРОВАЯ), КАК ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ ЧЕЛОВЕКОМ И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДОЙ

Современные условия, динамичный темп жизни и режим многозадачности предполагают быстрый поиск и получение информации. В суете большого города, в потоке многофункциональных публичных пространств, цифровой среде, человеку нужно быстро находить нужную точку, понимать логику маршрута, выстраивать оптимальную навигационную стратегию и не терять время на уточнение пути. Аналоговые системы визуальной навигации продолжают играть важную роль в современных задачах ориентирования, а в отдельных нишах сохраняют свою актуальность, и служат функциональным резервом. Навигационное поведение человека во многом зависит от окружающей среды, в частности, от пространственных характеристик, масштаба, разнообразия и функционала визуальных ориентиров. Гибкое взаимодействие двух систем навигации, – типовой (по физическим ориентирам, навигации по местоположению) и интерактивной (сопоставление виртуальных элементов с реальным миром), – лежат в основе эффективной и естественной ориентации человека и создания продвинутых систем навигации. В статье рассмотрены две системы навигации (аналоговая и цифровая) и некоторые дизайн-подходы, позволяющие организовать и сбалансировать два «языка» навигации в рабочий инструмент, который делает ориентацию в окружающей среде предсказуемой, надёжной, адаптивной и по-настоящему удобной для человека.

Ключевые слова: типовая и цифровая навигация, дизайн, пространственная среда, цифровые технологии.

Система навигации – это «визуальный гид», доступно проводящий пользователя по маршруту от точки «А» к точке «Б» в границах

обозначенного пространства, как в интерьере, так и экстерьере объекта (торгового центра, аэропорта, учебных и медучреждений, культурных центров, городских улиц и парков и др.) с оптимальными временными затратами и психологическим комфортом для него. Навигационные элементы, в том или ином наполнении, сегодня, априори, присутствуют практически во всех типах общественных и коммерческих объектов, в открытой городской среде, интернет-платформах. Но актуальным остаётся совершенствование и модернизация уже выверенной системы ориентирования аналоговых навигационных подсказок с учетом новых рекламных технологий и материалов, внедрения цифровых интерактивных инструментов, соответствия текущим требованиям и тенденциям, в том числе, безопасности и доступности, и, конечно, эстетики. В современном мире визуальный язык должен быть транскультурен, т. е. обладать возможностью единого прочтения визуальных кодов представителями разных культур.

Визуальная навигация сегодня – это не просто система привычных указателей, схем, пиктограмм, печатных карт и других визуальных статичных элементов, которая помогает человеку ориентироваться в пространстве, а майндфулнесс-подход (от англ. mindfulnes – «внимательность», «осознанность») в дизайн-проектировании, который помогает выстроить для пользователя осознанное ориентирование в пространстве, снижая когнитивную нагрузку и минимизируя стресс; где цифровая среда является инструментом, и передовые технологии, интегрируясь в живой опыт, становятся дополнительным полезным ресурсом.

Четкая и интуитивно понятная визуальная навигация значительно влияет на поведение и восприятие пространственной среды пользователями, помогая им быстро, комфортно и эффективно ориентироваться в её пределах, особенно в больших и сложных, повышая общее удовлетворение от нахождения в ней. Главная задача навигации, несомненно, – сделать перемещение пользователя в различных физических визуальных сценариях понятным, безопасным и комфортным; помочь ему быстро сориентироваться в незнакомом месте, найти нужный объект и выстроить оптимальный маршрут. Но это, с одной стороны. Культура визуального ориентирования поливариативна, т.к. ее можно рассматривать со стороны человека, небольшого потока/группы людей и толпы. Но и сам пользователь может быть вовлечен в процесс формирования «навигационного пути».

Уровни взаимодействия человека с системой навигации:

1. Система (среда) – Пользователь (что предлагает среда человеку):

а) микроуровень (один человек): персональная читаемость знаков, высота размещения с учетом антропометрики человека, сигнальные маркеры, размер шрифта, контрастность, доступность для людей с ОВЗ, обратная связь и подтверждение и др. Здесь работают принципы

эргономики и когнитивной психологии (например, логически связанные элементы (инфографика и текст) располагают рядом или одновременно, а не разделяют, чтобы не перегружать рабочую память.);

б) мезоуровень (группа/поток): организация очередей, разделение встречных потоков, буферные зоны у лифтов и касс, «расширения» перед развилками, чтобы избежать заторов.

в) макроуровень (толпа в целом): управление большими потоками на стадионах, вокзалах, аэропортах, фестивалях. Здесь применяют сценарии «залпового» выхода, резервные маршруты, дублирование ключевых сообщений, динамические табло;

2. Пользователь – Система (среда) (как человек влияет на навигацию):

а) интуитивный маршрут (поведение, привычки): естественное стремление человека сэкономить время и силы на прокладывание маршрута, выбрать наиболее короткий и удобный путь между двумя точками, приводит к образованию стихийных тропинок, которые могут стать основанием для корректировки навигации;

б) «"Я"–ситуация» (поведенческие сценарии в стрессовых ситуациях): в толпе человек реже анализирует ситуацию, чаще поддаётся простым, но сильным эмоциям или сигналам, в толпе меняется скорость, внимание и уровень стресса (например, эвакуация). В таком состоянии человек хуже читает текст, но лучше реагирует на крупные пиктограммы и световые обозначения.

Выделим основные преимущества визуальной навигации для оптимизации общественных пространств:

– функциональность (от «понятной» структуры навигации зависит комфорт и доступность пространства для пользователя);

– «маршрутная логистика» и порядок (продуманная навигационная система способствует разведению потоков людей, указанию им необходимого направления);

– визуальная эстетика (единая, интуитивно понятная графическая коммуникация помогает усилить признание места и придать ему идентичность);

– безопасность (грамотное визуальное сопровождение от конкретного места пребывания людей до выхода наружу способствует их безопасной эвакуации во время кризиса);

– идентичность и образность («фирменный» визуальный код помогает подчеркнуть локальную идентичность, повысить узнаваемость и характер места);

– доступная среда (обеспечение доступной и инклюзивной среды с соблюдением требований нормативов к тактильным табличкам, мнемосхемах, шрифту Брайля, контрастным маркировкам);

– адаптивность (интеграция современных цифровых технологий в типовую навигационную систему проектируемого пространства делает

коммуникацию более гибкой и адаптивной к потребностям пользователей всех категорий);

– долговечность и автономность (типовые носители не требуют энергозатрат, физически устойчивы, являются альтернативой интерактивной навигации, но требуют периодического обновления по мере устаревания информации).

Рассмотрим также основные персонализированные преимущества визуальной навигации для пользователя общественных пространств:

– сопровождает по уже выбранному маршруту, подтверждает направление на каждой развилке, у лестницы, у двери;

– обеспечивает внутренний психологический комфорт, чувство уверенности и безопасности;

– влияет на эмоциональность (эстетически приятная и гармоничная визуальная навигация располагает человека к месту);

– экономит время на поиск нужной точки.

В современной практике организации визуального информационного пространства для пешего передвижения можно позаимствовать некоторые принципы из концепции «плейсмейкинга» (от англ. *placemaking*, где *place* – «место», а *making* – «создание»), предложенной урбанистом Уильямом Уайтом и другими градостроителями в 60–70-е гг. Несмотря на то, что данный подход изначально предусматривался к планированию, преобразованию и управлению общественными пространствами (парками, площадями, улицами, открытыми культурными пространствами), т.е. облагораживанию городской среды с учетом удобства, интереса и мнения людей, его принципы актуальны и применительны и к формированию системы современной визуальной навигации, но с учетом сегодняшних трансформаций и переосмысления окружающей среды с помощью визуально-графических средств, дизайна и передовых технологий.

Так, например, на наш взгляд, принцип «содержание важнее формы», где авторы в свое время отдавали приоритет многофункциональности пространств и сценариям использования, а эстетика и дизайн носили вторичный характер, сменил вектор в сторону системного подхода к проектированию и формообразованию элементов визуальной коммуникации в общественных пространствах (как открытых, так и закрытых), опираясь на принципы средового, интерьерного, графического и эргодизайна. Это связано с разнообразием и поливариативностью пространственно-временных сред обитания человека за счет создания новых функций и сценариев использования «гибридных пространств» и организацией в них визуально-коммуникативной культуры, формирующей определённые модели поведения. Так, вовлечение в практику плейсмейкинга дизайнеров, даёт возможность взглянуть на потребности посетителей пространства с творческой стороны, что будет являться успешным вектором на пути к проектированию привлекательного и

функционального информационно-визуального пространства, как физического, так и цифрового. Современные общественные сооружения разного назначения и формата, интегральные открытые городские пространства, транспортные сообщения, рекреационные зоны, которые являются площадками коммуникаций, перераспределения транспортных или пешеходных потоков, и способствуют концентрации какой-либо общественной деятельности с большим охватом людей (торговля, развлечения, отдых и пр.), нуждаются в грамотной визуальной логистике и управлении поведенческими паттернами. Качество функциональной визуальной организации системы ориентирования в таких пространствах должно отвечать основным требованиям: комфортности пребывания, эстетической привлекательности, эргономической безопасности и эффективности ориентирования в пределах обозначенной зоны. Создание устойчивых навигационных элементов (физических, интерактивных) облегчает адаптацию человека в искусственной среде и становится для него одним из факторов психологического комфорта.

Другой принцип плейсмейкинга, – «проектирование территории с учетом её особенностей, локального контекста», – вполне вписывается в нынешнюю систему ориентирования потребителей территории в визуальном информационном пространстве, в частности, в проектирование элементов визуальной коммуникации в городской и общественной среде. Современная жизнь людей в современном городе зависит от количества и качества окружающей их информации. Так, графический дизайн уже давно стал неотъемлемым сегментом визуальной коммуникации и социального информационного пространства [6]. Элементы графического дизайна так органично «вплелись» в структуру городского ландшафта, что представить материально-пространственную архитектурную среду без него практически невозможно [9]. Графика (графический дизайн) становится средообразующей деятельностью, разрешающей проблемы коммуникации в городском пространстве, представляя новые эстетические, технические и информационные дизайнерские визуальные решения, в том числе, для разных локаций архитектурно-пространственных сред и городской среды в целом. Сегодня, например, одной из проблем благоустройства городской среды, как раз и является формирование собственного дизайн-кода, включающего также в его инфраструктуру вопросы навигации и информационных конструкций, тесно связанных с образом современных и исторических архитектурных объектов и обликом города.

Элементы визуально-коммуникативной среды формируют зоны жизнедеятельности людей, помогая структурированию маршрутов, экономии времени, ориентированию и интегрированию в социальные общественные пространства сегодняшнего города в постоянном режиме. При размещении элементов визуальной навигации необходимо рассматривать их влияние на ландшафт местности, влияние на движение

групп людей в границах зоны, создавая важные информационные точки по основным маршрутам передвижения, что имеет важное значение для формирования когнитивных карт пространства, как «процесса ориентации субъекта в том или ином местоположении, иначе любая карта будет абсолютно бесполезной, если пользователь не знает своего расположения на ней» [1]. Следует учитывать пространственную характеристику помещения, масштаб, предполагаемое разделение потоков (целевое назначение здания), и, конечно, навигационное поведение человека, в зависимости от окружающей среды и обилия визуальных ориентиров. Система подачи информации должна подчиняться закономерностям ориентировочной деятельности человека. В реальной жизни человек чаще всего ориентируется в двухмерных пространствах, перемещаясь по четырем основным направлениям (вперед/назад, вправо/влево). Пространственный масштаб может сильно варьироваться: от видового пространства (например, при перемещении в одном помещении) до крупномасштабных сред (например, при перемещении по городу или ландшафту) [12]. В проектировании общественной внешней и внутренней пространственной «эргономики восприятия» навигационных графических комплексов важным остается потребность в разнообразии и сомаштабности коммуникативной насыщенности среды [4].

Проблема визуальной навигации в мегаполисах и сегодня остаётся зоной интереса дизайнеров, архитекторов, урбанистов, предлагая огромный пласт сложных, искусственных и естественных средовых ситуаций, требующих четкой и грамотной системы удобного ориентирования человека в этих «пространственно-временных континуумах». В визуальных элементах, в той или иной степени, нуждаются, как городские открытые пространства (улицы, парки), так и локальные общественные места со сложными планировками (торговые центры, аэропорты, музеи, больницы и пр.). Практически каждое событийное место нуждается в серьезной систематизации навигационных систем, чтобы пользователю было легко идентифицировать место своего пребывания и выбирать оптимальные, эффективные пути передвижения в его пределах, и, конечно, же необходимо наполнить эту территорию смыслом.

Выделим сферы деятельности, требующие грамотной визуальной системы ориентирования, основой которых является коммуникативная составляющая:

– городская пешеходная среда (улицы, парки, остановки, зоны отдыха),

– транспортные узлы (навигация в аэропортах, вокзалах, метро),

– туристическая навигация,

– навигация для событийно-тематических мероприятий (фестивалей, зоопарков, парков развлечений, выставок и музейных пространств и др.),

– навигация в жилищных комплексах,

– торгово-развлекательные центры, моллы, торговые залы,

– навигация в образовательных пространствах (школы, вузы, библиотеки и др.),

– навигация для спортивных и деловых центров (фитнес-центры, офисы, бизнес-центры),

– навигация в гостиничных и медицинских учреждениях,

– система ориентирования в рекреационных зонах,

– навигация в производственных и складских объектах, паркингах,

– эвакуационная навигация,

– веб-сайты, мобильные приложения.

Многоструктурные общественные пространства неизбежно влекут за собой увеличение объема визуально-коммуникативной информации, где их переизбыток может привести к сложности построения маршрута, если человеку придется, например, переработать множество данных (указатели, таблички, расписание, карты, терминалы с картами), что неизбежно может привести к дезориентации человека и эмоциональному дискомфорту; равно, как и недостаток навигационной информации. Эффективность современной системы навигации базируется на трех составляющих: дизайн – удобство и интуитивность – логика и структура – технологии и точность (рис. 1).



Рисунок 1 – Основные принципы дизайн-проектирования системы навигации

Учёт нейрофизиологии пользователей физического пространства в дизайн-проектировании элементов визуальной коммуникации напрямую повышает их удовлетворенность. Доказано, что мозг человека может обрабатывать только ограниченное количество информации одновременно. Область, отвечающая за визуально-пространственную рабочую память, позволяет удерживает в фокусе, *в среднем,* не более 4 ± 1 элементов в один момент времени (таких как цифры, буквы, слова и визуальные объекты). Исходя из этого можно предположить, что, если в границах определенного пространства предъявить пользователю больше данных без чёткой структуры, новая информация начнет вытеснять старую. И т.к. человеку

может быть трудно удержать в голове все необходимые навигационные подсказки, он будет вынужден заново искать путь к искомой точке. Сложные навигационные схемы, несистематизированность элементов навигационной системы, двойственные формы и отсутствие визуальной иерархии, заставляют пользователя тратить ресурсы на «расшифровку» информации и снижают эффективность и смысл всей системы визуальной коммуникации в целом. Непродуманная организация путей передвижения может негативно воздействовать на человека, как знакомого с тем или иным пространством, так и на пришедшего туда впервые.

Исследования объема зрительного восприятия в экспериментальной психологии наглядно показали, что человеку свойственно запомнить *максимум* 7–9 однородных объектов при кратковременном зрительном контакте (согласно психологическому закону Джорджа Миллера **7 ± 2**), но если объекты объединить в смысловые группы, например, три группы по четыре-пять элементов, то человек может воспринять уже большее количество объектов, принимая их за один «действительный» элемент. Всякий раз, когда человек направляется к определенному месту, он должен удерживать в своей голове некое подобие карты или инструкции [2]. Данное исследование, при рациональном подходе и уместности, успешно вписывается в рамки проектирования «компактной» и понятной системы навигации, как в цифровой среде, так и традиционных знаковых системах в физическом пространстве, помогая сократить когнитивную нагрузку на пользователей. В итоге общественная среда, в границах её передвижения, может быть не просто удобной, а нейробиологически грамотной.

Таким образом, основой разработки графических систем обозначения, формирующих информационный материал визуальной ориентации в общественных пространствах, является унификация, простота использования и визуальная доступность. Для этого необходимо определить систематизацию объектов, основанную на их функциональности, и выбрать приём графической визуализации информации, например:

– замена вербальной информации на символьную, что повышает скорость считывания информации, в т.ч. и представителями разных языковых групп;

– иерархия по уровню визуальных признаков (что позволяет получить информацию в нужной последовательности);

– простые, интуитивно предсказуемые обозначения, графические формы;

– цветовая идентификация и контрасты (цвет является активным средством для акцентирования внимания, может быть, как дифференциатором, так и интегратором, т.е. может как объединять, так и разделять, четко обозначая разницу),

– простые шрифты и легко читаемая типографика;

– единая система навигационных элементов;

– разумный графический минимализм в дизайне систем навигации с одним сигнальным акцентом (цветовым, графическим) для привлечения внимания к важной информации;

– структурирование информации в понятные блоки (группы) для лучшей запоминаемости.

Роль дизайна в проектировании визуальных коммуникаций современного города сложно переоценить, он становится частью концепции формирования информационной, навигационной, функциональной и эстетической среды, отвечая за коммуникативный вид визуально-графической системы, превращая сухую информацию в понятный, запоминающийся и воздействующий визуальный язык. В процессе своей деятельности дизайнер, взаимодействуя, в том числе, и с физической стороной городской жизни [2], формирует современный язык визуальной коммуникации на балансе творчества и функциональности, облачающий изложенную информацию в эстетичную и доступную целостную выразительную форму, – именно благодаря этому пользователю не приходиться прикладывать усилия для считывания, она становится интуитивно понятной. В своей книге «Язык шаблонов» Кристофер Александер отмечает, что «хорошо организованная окружающая среда – такая, в которой легко ориентироваться без сознательной концентрации внимания» [2].

Цифровая эпоха ощутимо изменила коммуникационный ландшафт современного общества, сделав его мобильным, постоянно активным, демократичным и инклюзивным, что значительно повлияло на информированность человека в самых разных сферах и на визуальную культуру восприятия информации в целом, и, в частности, на визуальное ориентирование в цифровом пространстве: с одной стороны, – с помощью графических элементов (иконок, схем, символов, цветовых акцентов, пиктограмм), чтобы быстро и интуитивно понятно направлять внимание пользователя и подсказывать путь (в интерфейсах сайтов и мобильных приложениях, навигационных картографических системах в режиме онлайн и офлайн, виртуальных и игровых пространствах и др.), с другой, – с помощью фотографического реализма, свободного от обычных графических знаков и символов. С развитием технологий интерактивная навигация становится всё более адаптивной под меняющиеся потребности пользователей, включая в себя:

– дополненную реальность (AR), где виртуальные подсказки накладываются прямо на экран или на реальное пространство;

– динамические элементы – цвет, форма или масштаб указателей могут меняться в зависимости от контекста или времени суток;

– персонализацию – система может учитывать привычки пользователя, его местоположение или историю взаимодействия;

– систему ориентирования с тактильными указателями и голосовым

сопровождением, интерактивные экраны, которые предоставляют пользователю сведения о местоположении и пр.;

– мультиязычность (выбор языка);

– режим ОВЗ: крупный шрифт и высокий контраст, упрощённый интерфейс, озвучивание, экранная зона на доступной высоте и работоспособность с уровня кресла-коляски, а главное – построение маршрута без лестниц, с лифтами и пандусами, от той точки, где человек стоит [7].

Для каждого вида визуальных систем ориентирования, как в физическом пространстве, так и цифровом, формируются свои критерии и особенности, с учетом визуальных коммуникаций, отвечающих за безопасность граждан, которые имеют свои стандарты [8]. Каждый элемент навигации приобретает четко оформленную цель и задачи, меняется их качественная составляющая, выбор графических средств художественно-конструкторского и композиционного решения системы визуального ориентирования, вектор на внедрение качественных и экологических материалов и интеграция с современными цифровыми технологиями и искусственным интеллектом. Что, в совокупности, направлено на формирование максимально комфортного пользовательского опыта.

Современная визуальная навигация уже не существует изолированно. Устойчивая система визуального ориентирования, как привычные нам, например, печатные карты, бумажные путеводители, статичные указатели, органично «дублируются» интерактивными картами, QR-кодами для доступа к дополнительной информации, электронными путеводителями, отличающихся мульмедийностью и гипертекстовой структурой, взаимодействовать с которыми можно с помощью персональных мобильных устройств, что повышает уровень позитивного пользовательского опыта у активных слоев населения. Тем не менее, проблема простоты восприятия и легкость в ориентировании в общественной «физической» среде разными социальными группами остается актуальной. Типовая (традиционная) навигация является, в некотором смысле, фундаментом для интерактивной навигации, которая построила на нём сложную и динамичную систему ориентирования и взаимодействия с пользователем. Но даже в настоящее время классическая система навигации не утратила своей актуальности, а стала гибче и адаптивнее под разные запросы и потребности пользователей, и даже в определенных средовых ситуациях является единственным координирующим вектором (например, в формировании доступной среды для слабовидящих и незрячих посетителей, которые ориентируются в пространстве рукой).

Цифровая навигация – это совокупность технологий и сервисов, которые помогают пользователям быстро и точно находить нужное место внутри зданий, сложных территорий, в транспортной инфраструктуре,

туризме и др. с помощью цифровых устройств – смартфонов, интерактивных терминалов, специализированных приложений. В отличие от традиционных указателей, она предлагает динамические построения маршрутов, учитывая текущую загруженность, изменения в расписании и даже персональные предпочтения, поиск объектов. Ключевым преимуществом цифровой навигации перед «физической» статичной является оперативность и интерактивность, где пользователю представлена постоянно обновленная информация, возможность наблюдать фотореалистичные трехмерные изображения узнаваемых районов, улиц, зданий и домов, и, главное, влиять на маршрут, выбирать альтернативные варианты, получать обратную связь в режиме реального времени, подключать дополнительные сервисы, делая цифровую навигацию более функциональной.

Несомненно, появление мобильных устройств значительно повысило комфорт и удобство нахождения нужной информации или объекта с помощью онлайн-карт, а функции геолокации и навигатор в телефоне помогают быстро строить маршруты, определять текущее местоположение и ориентироваться на местности, снижая когнитивную нагрузку, не перегружая «оперативную память» многозадачностью, особенно если человек оказался в новом месте пребывания впервые. Так, цифровые 3D-карты, мобильная и интерактивная (сенсорная) навигация, спутниковые системы, искусственный интеллект и другие технологии, сформировали альтернативную современную «умную» систему навигации, как для локального (персонального) пользования, так и оптимизации системы ориентирования для разных групп пользователей в сложных многоуровневых пространствах, как в открытой городской среде, так и внутри помещений.

Локальная (персонализированная) электронная навигация позволяет пользователю в пространстве своего мобильного устройства не только «получать маршрут» от гаджета, но и самому «дистанционно» управлять навигацией, находясь в физическом пространстве, конечно же, опираясь на данные различных геосервисов, и «подстраивая под себя» систему, как онлайн, так и в режиме офлайн. Так человек может лично выбирать, как и насколько подробно ориентироваться с помощью навигатора в поиске нужной точки, переключаться между уровнями детализации, в режиме реального времени получать актуальную информацию об организациях, общественном транспорте и корректировать путь, выбирая удобные типы подсказок (визуальную, голосовую), устанавливать режим отображения данных и пр.

Цифровая система ориентирования общего назначения, как и аналоговая, помогает людям решать городские сценарии, только быстрее, и контролировать, как «локальное» навигационное поле пользователя, так и воздействовать на большие потоки разных групп пользователей

в различных средовых ситуациях. Технологии упрощают ориентирование внутри общественных зон, предлагая пользователю широкий выбор инструментов и опций для управления геосервисами при необходимости (например, навигацию в помещениях позволяет осуществлять приложение, которое устанавливается на мобильные устройства). Одним из примеров является навигация по аэропорту Схипхол (Амстердам), которая предлагает пользователям, как официальное приложение Schiphol, так и интерактивную карту на сайте аэропорта. В залах аэропорта сервисы представлены на информационном табло с сенсорным экраном, которое помогает путешественнику сориентироваться на местности с помощью подробной карты аэропорта, получить информацию о рейсе, а по более сложным вопросам пользователи могут общаться напрямую с сотрудником с помощью видеочата. Мобильный помощник работает как цифровой гид по аэропорту и будет актуален для тех, у кого в приоритете не только карта, и пользователь может получать всю актуальную информацию не только о рейсе, но всех сервисах на территории аэропорта, и вне его.

Навигационные цифровые инструменты, работающие на удобство, оперативность, оптимизацию «визуальной логистики» человека в пространстве и формирование данного удобного пространства для нахождения в нем пользователей, предлагают широкий спектр «цифровых услуг» через программное обеспечение, интерактивные терминалы, смартфоны, специализированные приложения или браузер для планирования разного рода активностей. Выделим основные преимущества интерактивной навигации для пользователя:

– решение проблемы сложной планировки и этажности пространства (поиск нужных помещений, выходов, лестниц);

– поиск объектов или услуг внутри общественного здания (ТЦ (магазины, рестораны, кафе, парковки, банкоматы), аэропорта, вокзала, музея, образовательного учреждения, медцентров и др.;

– точное определение положения пользователя на карте;

– возможность добавления собственных меток на карту, например, места парковки, избранные магазины, на тратя времени в дальнейшем на их повторный поиск;

– создание маршрута и ведение посетителя к нужному объекту, голосовое сопровождение по пути следования;

– омниканальная система коммуникации с посетителями через интеграцию с сенсорными информационными стойками;

– GPS-трек для путешественников;

– трехмерные 360°-туры (интерактивные виртуальные экскурсии, которые позволяют пользователю «прогуляться» по пространству, вращая камеру на 360 градусов и перемещаясь между точками обзора. Они сочетают в себе элементы 3D-графики и сферических панорам, создавая

эффект присутствия;

– AR-навигация (навигация в дополненной реальности позволяет накладывать цифровой слой с маршрутом на реальное пространство за счет 3D-графики, предоставляя пользователю более точную и наглядную информацию, визуализировать различные объекты и достопримечательности, ориентироваться в незнакомых местах;

– QR-навигация (ориентирование внутри помещений с помощью QR-кодов, где после их сканирования, в браузере открывается интерактивная карта с проложенным маршрутом до нужной точки);

– навигационное решение в смартфоне для маломобильных групп населения (МГН) для упрощения ориентирования в общественном пространстве (контрастный интерфейс карты укрупненными цветами и кнопками; голосовые подсказки на маршруте о поворотах и оставшемся расстоянии; построение специальных маршрутов через лифты и пандусы в обход ступенек; аудио предупреждения о препятствиях и точках интереса поблизости; оперативный вызов помощи с автоматическим указанием точки на карте) [3];

Прогрессивные цифровые технологии значительно повысили безопасность и комфорт человека, соучаствующие в проблеме с ориентированием в физическом пространстве, но они же, по теории ученых, в некоторой степени, способны «замедлять» естественную нагрузку на гиппокамп, отвечающий за формирование пространственной памяти [10], – способность запоминать направления, местоположения, ориентацию, а также извлекать эти самые пространственные воспоминания, активируя когнитивную карту (например, если необходимо вспомнить дорогу в знакомом районе). Так, сдерживая потребности человека в абстрактном мышлении, которое развивается на базе нашего опыта, знаний, цифровые технологии «предложили» человеку удобную поддержку, где нужный маршрут предлагается ему автоматически, как и расчет времени, и схематичное изображение окружающего его пространства. Романтику бумажных карт сменил интерактивный фотореализм цифровых карт, созданных на основе спутниковых снимков, и ставших доступными онлайн для всех с помощью приложений с технологиями GPS, ГЛОНАСС, детализированных, точных и многомерных онлайн-карт, навигатора, обеспечивающих качественную поисковую систему и возможность путешествовать по миру.

Наблюдения в практической жизни в некоторых случаях подтверждают опасения ученых-нейрофизиологов по поводу влияния гаджетов на когнитивные ресурсы, в том числе, пространственное мышление, сказывающееся не только на ухудшении ориентации в окружающей среде, но и на удержании в голове схемы местности, потери способности создавать когнитивные карты, снижение топографической памяти, что негативно влияет на способность формирования представлений

о том, как устроена действительность. Так, например, «цифровая доступность» воспринимается молодыми людьми как экономия ресурсов: зачем хранить информацию в памяти, если можно в любой момент «загуглить» в интернете. Такая теория, в большей степени, базируется на проблеме нового поколения (зумеров, «альфа»), постоянно «подключенного» к Сети. Онлайн-жизнь – естественная часть их реальности, а их цифровая грамотность на порядок выше предыдущего поколения, и они привыкли к «быстрой» информации через короткие видео, инфографику, ленты, сторис, мемы и посты в соцсетях, – т.е. воспринимать информацию фрагментарно, поверхностно, что называют клиповым мышлением (неспособность к длительному сосредоточению). Цифровые ресурсы – это уже продолжение их сознания. Влияние гаджетов на социальный интеллект и когнитивные функции остается не стихающим интересом психологов, ученых-нейрофизиологов, социологов. В 2010 году немецким нейропсихиатром Манфредом Шпитцером был предложен не-медицинский термин «цифровая деменция», возникающий из-за постоянного использования цифровых устройств и ведущий к функциональному ослаблению внимания, памяти, способности к глубокой переработке информации. Но, сам процесс обратим, если только технологии используются как активный инструмент, а не как пассивный заменитель реальности.

Сегодня, планируя маршрут или оказавшись в незнакомом месте, активная часть населения, что уже становится естественным, неизбежно обращается к «цифровому помощнику» (пример «Яндекс-карты») для мгновенного поиска, «перекладывая» механический процесс визуального ориентирования на навигационные приложения. Технологии изменили наше восприятие пространства, а также кругозор и навык традиционного ориентирования (символьный, инструментальный, физический, знаковый). Возможность точно определять местоположение с помощью геолокации, видеть карты и визуальные ориентиры, трансформировали опыт пользователя быстрого сориентирования в незнакомом месте, меняя понятие «заблудиться». Так, британский историк ренессансных исследований Броттон Джерри в своей книге «A History of the World in Twelve Maps» («Мировая история в двенадцати картах», 2012 г.) [11], исследуя значение карт из древней истории до современных спутниковых снимков, рассматривает геопространственное приложение Google Maps и Google Earth («Планета Земля») как противопоставление бумажным картам и финальный путь современного цифрового «взгляда сверху», как новый тип картографического сознания: глобальный, интерактивный, но тоже идеологически нагруженный, создающий иллюзию абсолютной точности. Броттон в своей книге отмечает психологический эффект: «человек привык искать себя на цифровой карте через синюю точку. Это дает ощущение контроля и личной безопасности, но одновременно сужает широкий

географический кругозор до локального кадра на маленьком экране» [11]. Сегодня пользователь, где бы он не путешествовал, уже автоматически следует за «синей точкой» на экране своего телефона, указывающей ему путь без привязки к окружающему миру. Постоянная зависимость от навигаторов часто сводится к автоматизации прямолинейного следования маршруту, не допуская возможности исследования новых путей.

Мир постоянно меняется и визуальная система навигации тоже. Цифровое навигационное сопровождение дало человечеству новый (виртуальный) формат отображения физической действительности, понятный и логичный для своего пользователя в своём времени. Доминирование цифровых онлайн-навигационных приложений, виртуальных карт, веб-ресурсов, в сегодняшнем цифровом мире не вызывает сомнения, транслируя посыл, что «далекое всегда под рукой» [11], и человек активно включил новые технические средства в свою мнемическую деятельность, усмотрев в них целесообразность. Но все же обеспокоенность исследователей вызывают измененные под влиянием интернета психологические механизмы, растущая зависимость от технологий, что может привести к стрессу, если устройство не работает (например, сбой GPS, отключение питания), так как человек теряет уверенность в своих навыках ориентирвания. Это создает ощущение беспомощности, повышает тревожность и даже создает риск панической атаки.

Ученные отмечают, что активное использование навигационных приложений снижает нагрузку на гиппокамп. Из-за этого людям сложнее не только самостоятельно ориентироваться в пространстве в целом, но и воспринимать те или иные невиртуальные знаки, которые могут подсказывать направление, – например, указатели, а также «переносить» и соотносить цифровые подсказки с физической средой. Такая проблема особенно характерна для молодого поколения, которые иллюзорно полагают, что любые «пространственные трудности» можно решить с помощью «клика», избегая аналоговых вариантов. Но как отмечают психологи, если цифровая среда – единственный тип опыта, когнитивные и эмоциональные функции могут терять свои качества. Наблюдения в жизни часто показывают примеры, когда молодое поколение не может ориентироваться по типовым знакам, стрелкам, особенно в открытой городской среде, гибко реагировать на непредвиденные препятствия и изменения в привычных маршрутах. Они не «видят» знака, не могут соотнести цифровую карту с физической, земной реальностью, не понимают логики ситуации, когда необходимо быстро сориентироваться на местности, просчитывая несколько сценариев выбора маршрута, в том числе с использованием коротких путей. Взрослая аудитория, как правило, лучше воспринимает и переносит навигацию в реальном пространстве, потому что привыкла к ней, и меньше взаимодействует с цифровыми

технологиями; она часто пользуется естественной навигацией, осознанно выбирая из окружающего пространства ассоциативные векторы – таблички, магазины, перекрестки, остановки или знаковые объекты ориентирования, для сопоставления их с реальной местностью, определения своего местоположения и планирования дальнейшего маршрута.

Броттон Джерри в своей книге показывает, что навыки ориентирования и «картина мира» исторически зависят от доступных средств визуализации пространства. Для современного общества характерна динамичная информационная система, в которой данные постоянно обновляются и сменяют друг друга [4]. Сегодняшнюю систему навигации можно охарактеризовать как гибридную, где человек ориентируется одновременно по GPS и по интерфейсам приложений, так и по визуальным маркерам в пространстве. Любая система ориентирования, – карта, пиктограмма, интерфейс приложения, – это личный выбор пользователя.

Визуальная система навигации, каким бы ни был ее носитель или ее послание, всегда является творческой интерпретацией пространства, которое она представляет. Учет особенностей восприятия пространства человеком, и то, как человек управляет пространственной навигацией, уровень цифровой культуры разных слоёв населения, психологический комфорт, помогает дизайнерам и урбанистам определять подходы к проектированию системы навигации, которая удовлетворит любые потребности пользователя, осознанному выбору тех ориентиров и маркеров, которые будут понятны пользователю для формирования эффективных поведенческих паттернов в реальном пространстве.

Интерактивная и аналоговая навигация, сохраняя преемственность с более традиционными методами визуального ориентирования, интегрируются и обогащают друг друга.

Как в любом языке, у навигационной системы есть свои знаки: типографика, пиктограммы, символы, цветовой код, авторская графика – это объединяется в указатели, навигационные стенды, таблички с информацией и множество других носителей. Цифровые технологии значительно расширяют этот диапазон, добавляя к ним мультимедийное и аудиосопровождение, AR и световые подсказки, сенсорные сигналы, интерактивные элементы, что даёт пользователю более полную, актуальную и детализированную информацию, позволяя принимать взвешенные решения в реальном времени. Такое множество альтернативных стратегий поиска с помощью различных видов навигации, как раз и помогает пользователям, оказавшись в новой ситуации, лучше ориентироваться.

Дизайн в формировании визуальной навигационной инфраструктуры выступает как инструмент, как связующее звено между творческой составляющей и функциональностью, между функциональностью среды и её эмоциональным восприятием, выстраивая эффективную, интуитивно

удобную, целостную дизайн-систему, которая, будет выполнять не только средоформирующую функцию, но и успешно взаимодействовать с пользователем, обеспечивая ему интуитивно понятную поисковую доступность, возможность принимать осознанные решения и чувствовать себя уверенно на каждом этапе движения.

Список использованных источников

1. Захарова, Д. А. Подходы к изучению когнитивных карт пространства / Д. А. Захарова, Г. Я. Меньшикова, А. И. Ковалев // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Познание». – 2024. – №3. – С. 27–33.

2. Кристофер Александер. Язык шаблонов. Города. Здания. Строительство / Кристофер Александер, Сара Исикава, Мюррей Силверстайн ; [пер. с англ. И. Сыровой]. – Москва : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2014. – 1096 с.

3. Навигация в помещениях // Indoors Navigation : [сайт]. – URL: https://indoorsnavi.pro/?ysclid=mvo0qg3vzz186030427.

4. Кучеренко, М. С. Арт-объекты в современном городском пространстве // Культура слова: эл. научный журнал. –2019. – №6(7). – С. 4–8. DOI: 10.32743/2658-4085.2019.6.7.195.

5. Новичкова, О. Г. Дизайн навигационных систем как одно из направлений современного дизайна «Царскосельские чтения» / О. Г. Новичкова, Н. И. Натус. – 2014. – № 17. – С. 180–183.

6. Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации : учеб.-метод. пос. / О. А. Прохожев ; Нижегор. гос. архитектур.-строит. университет. – Н. Новгород : ННГАСУ, 2019. – 113 с.

7. Система навигации в здании: визуальная или интерактивная // ITLabs – «Лаборатория информационных технологий» : [сайт]. – URL: https://itlabs-soft.ru/navigaciya-vs-vizualnaya#tablica.

8. Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. – Благовещенск : Изд-во АмГУ, 2017. – 60 с.

9. Фегельхеймер, А. А. Графический дизайн в формировании облика города // Вестник науки. – 2018. – №3(3). – С. 8–9.

10. Что такое гиппокамп? // Verywell Mind : [сайт]. – URL: https://www.verywellmind.com/what-is-the-hippocampus-2795231.

11. Brotton, J. A History of the World in Twelve Maps / J. Brotton. – London : Penguin Books, 2013. – XVII, 513 p.

12. Schöberl F, Zwergal A and Brandt T (2020) Testing Navigation in Real Space: Contributions to Understanding the Physiology and Pathology of Human Navigation Control. Front. Neural Circuits 14:6. doi: 10.3389/fncir.2020.00006.

© Кучеренко М.С., 2026
© Швецова О.А., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

Е. В. Лебедева,
преподаватель кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

А. И. Остапенко,
преподаватель кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

УТРАТА ИДЕНТИЧНОСТИ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: ПРОБЛЕМА СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРЫ РУЧНОЙ ГРАФИЧЕСКОЙ ПОДАЧИ В ПРОЕКТИРОВАНИИ КОСТЮМА

В статье рассматривается проблема утраты идентичности в сфере проектирования костюма в условиях цифровой трансформации. Анализируется роль ручной графической подачи как носителя культурной традиции и индивидуального авторского стиля. Приводятся аргументы в пользу интеграции традиционных методов эскизирования с современными цифровыми технологиями.

Ключевые слова: дизайн костюма, ручная графика, цифровая идентичность, проектное мышление, скетчинг, проектирование костюма, эскизирование, дизайн-образование.

Цифровая эпоха ознаменовалась радикальным сдвигом в методах проектирования костюма. Повсеместное внедрение программных пакетов Adobe Illustrator, CLO 3D и систем искусственного интеллекта (Midjourney, Stable Diffusion, New arc) привело к парадоксальной ситуации: инструмент визуализации, призванный ускорить процесс, начал подменять собой творческое мышление и ставят под угрозу традиционную культуру ручной графической подачи [1]. Современный дизайнер все чаще полагается на библиотеки готовых лекал, пресеты кистей и алгоритмически сгенерированные коллажи, что приводит к размыванию авторского почерка. За технологическим прогрессом скрывается глубокая методологическая проблема: риск утраты профессиональной идентичности, базирующейся на культуре ручной графической подачи. Исторически именно ручной эскиз являлся не просто техническим документом, а актом первичного осмысления формы, пластики и образа. Переход к исключительно цифровому проектированию грозит превращением дизайна из уникального творческого процесса в алгоритмизированное производство клише.

Актуальность проблемы утраты идентичности через отказ от ручной графической подачи (РГП) обусловлена несколькими факторами. Во-первых, на антропологическом уровне рука, совершающая графический

жест на бумаге, напрямую связана с нейропластичностью мозга и интуитивным познанием формы [2]. Во-вторых, в культурологическом аспекте уникальная «тектоника» ручного штриха является носителем национального и регионального культурного кода, который нивелируется при переводе в безличную векторную кривую Безье [3]. В-третьих, на рынке труда наблюдается рост числа специалистов, неспособных к аналитическому рисунку и пространственному мышлению без графического планшета, что снижает их конкурентоспособность.

Проблема заключается в противоречии между стремительной дигитализацией индустрии моды и психофизиологической потребностью дизайнера в тактильной связи с материалом через эскиз.

Цель работы – выявить и концептуально обосновать значение ручной графической подачи как незаменимого элемента проектной культуры в дизайне костюма, препятствующего энтропии авторской идентичности в цифровой среде.

Ручная графическая подача в проектировании костюма – это не архаичный пережиток, а сложный когнитивный процесс. Создание эскиза «от руки» задействует нейромоторные навыки, связывая мыслительный образ с физическим действием. Этот процесс обладает рядом уникальных характеристик:

– уникальность линии: каждый штрих несет отпечаток личности автора. Динамика линии, ее толщина, нажим и характер исправлений формируют неповторимый графический язык, который является первым уровнем визуальной идентификации бренда или дизайнера;

– скорость и спонтанность: ручной набросок позволяет мгновенно зафиксировать мимолетную идею, не отвлекаясь на интерфейс программного обеспечения. Это критически важно на этапе мозгового штурма и фор-эскизирования;

– глубина анализа: в процессе рисования художник не просто копирует форму, но анализирует конструкцию, драпировку ткани, светотень и движение. Рука «запоминает» логику построения фигуры, что формирует глубокое понимание анатомии и пластики.

Цифровые инструменты (такие как Adobe Illustrator, CLO 3D, Marvelous Designer) предлагают неоспоримые преимущества: скорость внесения правок, фотореалистичную визуализацию, возможность виртуальной примерки и экономию материалов. Однако их доминирование порождает ряд системных рисков:

– унификация визуального языка: использование стандартных кистей, фильтров и библиотек готовых элементов приводит к визуальной гомогенизации. Проекты разных авторов начинают выглядеть однотипно, теряя индивидуальность;

– разрыв между идеей и ее воплощением: работа с мышью или стилусом на планшете лишена той тактильной связи с материалом, которую

дает карандаш или маркер по бумаге. Идея формируется в цифровой среде с ее ограничениями (например, привязкой к сетке), что может искажать первоначальный замысел;

– снижение роли предпроектного анализа: возможность бесконечного копирования и трансформации цифровых объектов снижает ценность этапа ручного поиска формы. Дизайнер начинает не искать решение, а выбирать из предложенных программой вариантов.

Наиболее остро проблема утраты идентичности проявляется в системе высшего образования. Современные студенты-дизайнеры, являясь «цифровыми аборигенами», зачастую демонстрируют низкий уровень владения классическими техниками рисунка. Это приводит к тому, что выпускники обладают навыками работы в САПР, но лишены способности к глубокому художественному анализу и формированию уникального авторского видения. В результате формируется специалист-оператор, а не художник-проектировщик. Полная оцифровка проектирования чревата не просто унификацией картинки, но разрушением традиции передачи мастерства. Ручная графика в костюме – это каллиграфия мысли [7].

Сохранение культуры ручной графики не означает отказа от цифровых технологий. Решение лежит в плоскости формирования гибридной (аналогово-цифровой) компетенции специалиста.

Сохранение ручного эскизирования на начальных стадиях проекта как обязательный этап. Проект должен начинаться с серии ручных набросков для поиска идеи и пластики. Ручная графика должна позиционироваться как инструмент исследования, а не просто способ презентации идеи. Выбранный вариант оцифровывается (сканируется) и дорабатывается в графическом редакторе для создания финальной технической документации.

В учебном процессе стоит уделить особое внимание на развитие у студента своего собственного цифрового почерка. Студент-дизайнер должен стремиться к тому, чтобы его работа в цифровой среде имитировала его ручную технику: создание собственных кистей, настройка текстур, имитирующих бумагу и традиционные материалы.

Сохранение ручной графической культуры необходимо рассматривать как сохранение культурного суверенитета. Например, особенности тушевого пятна в работах русских модельеров начала XX века (Л. Бакст, Н. Ламанова) и современных японских дизайнеров (Й. Ямамото) невозможно повторить стандартной цифровой кистью, имитирующей текстуру. Только живая графика передает ментальный код нации [8].

Утрата культуры ручной графической подачи в проектировании костюма является симптомом более глобальной проблемы – потери профессиональной идентичности дизайнера в цифровую эпоху. Ручной эскиз – это не просто способ фиксации идеи, а фундаментальный инструмент творческого мышления и формирования уникального

авторского стиля. Задача современного образования и индустрии – не противопоставлять аналоговые и цифровые методы, а интегрировать их в единую методологию. Только синтез традиционной художественной культуры и передовых технологий позволит сохранить глубину проектного анализа и обеспечить конкурентоспособность отечественной школы дизайна костюма на мировом уровне.

Таким образом, ручная графика выступает сегодня не техническим анахронизмом, а смысловым ядром профессии, щитом, защищающим индустрию моды от симуляционной девальвации творчества.

Список использованных источников

1. Манович, Л. Язык новых медиа. – Москва : Ад Маргинем Пресс, 2018. – 400 с.

2. Ительсон, Л. Б. Лекции по общей психологии: Мышление и речь. – Владимир : ВГПУ, 2003. – 568 с.

3. Свендсен, Л. Философия моды. – Москва : Прогресс-Традиция, 2007. – 256 с.

4. Петушкова, Г. И. Проектирование костюма: Учебник для вузов. – Москва : Академия, 2019. – 416 с.

5. Крылова, М. Д. Эстетика гомогенности: влияние социальных сетей на дизайн // Вестник дизайна. – 2023. – №2. – С. 34–41.

6. Алибекова, М. И., Бесчастнов, Н. П. Архитектоника формы в композиции костюма. – Москва : МГУДТ, 2015. – 221 с.

7. Лошак, М. «Лучше один раз увидеть…»: оскудение рисунка в цифровую эпоху // Theory of Fashion: Одежда, Тело, Культура. – 2022. – № 64. – С. 67–84.

8. Барт, Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. – Москва : Издательство им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.

© Лебедева Е.В., 2026
© Остапенко А.И., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

В. И. Львова,
студентка
кафедры дизайна,компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Н. Марченко,
д-р пед. наук, профессор, заведующая кафедрой дизайна,
компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета
г. Краснодар, РФ

ОСОБЕННОСТИ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИНТЕРЬЕРА ШКОЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ

В статье рассматривается современный подход в области дизайн-проектирования школьной библиотеки, как многофункционального и комфортного образовательного пространства. Анализируются современные тенденции в дизайне библиотек: внедрение цифровых технологий, разделение на функциональные зоны, использование открытой планировки, эргономические особенности проектирования для учащихся разных возрастов, а также эстетическая составляющая. Проведен анализ современных решений для дизайна интерьера школьных библиотек.

Ключевые слова: школьная библиотека, образовательная среда, дизайн библиотеки, дизайн-проектирование, модернизация, многофункциональность, зонирование, эргономика, интерактивные технологии.

Современная школьная библиотека перестаёт быть просто хранилищем книг – она трансформируется в динамичное образовательное пространство, объединяющее функции чтения, обучения, коммуникации и творчества. Это требует принципиально нового подхода к дизайн-проектированию интерьера, учитывающего педагогические задачи, технологические инновации и потребности учащихся разных возрастов.

Школьная библиотека является образовательным центром в каждой школе, поэтому визуальная привлекательность и удобство так важны для этого пространства. Современные тенденции в дизайн-проектировании интерьеров библиотек в школах направлены на создание многофункциональных пространств, которые мотивируют учащихся к чтению.

Цель статьи – выявить эргономические требования и дизайнерские принципы проектирования интерьеров школьных библиотек и определить общие рекомендации для их эффективного дизайн–проектирования.

Для достижения цели предполагается решить следующие задачи:

– выявить инновационные дизайнерские решения, способствующие повышению привлекательности и функциональности библиотечного пространства;

– исследовать взаимосвязь между зонированием интерьера и эффективностью образовательного процесса в школьной библиотеке;

– проанализировать возможности использования современных технологий в дизайне современного интерьера библиотеки;

– обобщить опыт проектирования образовательных пространств и выделить универсальные принципы, применимые к дизайну современных интерьеров.

В соответствии со стандартами и нормами дизайн-проектирования, библиотечное пространство современного типа должно быть гибким и мобильным, безопасным, эргономически удобным, визуально привлекательным [1]. Однако исторически в школах требования к дизайн-проектированию библиотек отличалось от современных, поэтому реновация таких пространств является актуальной проблемой, которая решается в рамках федерального проекта «Школа мечты». В контексте проекта реализуется опрос учащихся и учителей, с целью реализации нового пространства с внедрением необходимых элементов.

Изменение в формировании дизайна интерьера социально-культурных пространств нового поколения нашли отражение в концепции национального проекта «Культура», который предлагает инновационные модельные решения, в том числе и для библиотек, которые помогут в модернизации существующих пространств, добавят технологическую оснащенность, но при этом позволят создать интерьер в своем дизайне, стиле, настроении и аутентичности, в зависимости от истории региона [2].

Процесс создания дизайн-проекта для образовательного пространства имеет ряд требований.

1. Соответствие нормативным требованиям.

2. Дизайн-проектирование с учетом потребностей пользователей и функционального назначения.

3. Внедрение технологической составляющей.

4. Обеспечение безопасности и доступности.

5. Организация мобильного и гибкого интерьера.

Современные тенденции дизайн-проектирования школьных библиотек демонстрируют значительный отход от традиционной модели, где библиотека служила в основном местом для хранения книг и использовалась для индивидуальной работы.

Современная библиотека становится сердцем школы и различных мероприятий, а дизайн-проектирование в таком пространстве основывается на открытой планировке. Для библиотек предлагают: оснащение интерактивными панелями, проекторами, экранами, компьютерами;

организацию мест для чтения и общения, которые гармонично вписываются в организованное хранение учебной литературы.

Как отмечает Е.В. Балашова среди отечественных и зарубежных специалистов в дизайн-проектировании библиотек в школах приобретает значимость четкое разделения на зоны [3]. В последнее время выделяют зоны:

– для хранения книг – использование модульных стеллажей; расположение необходимой учебной литературы с учетом возраста учащихся;

– для библиотекаря – кафедра для выдачи литературы и хранение читательских карточек;

– для самостоятельной работы, например, лаунж зона, мягкая зона для чтения, компьютерные столы и др.;

– для занятий в группах организовывают мобильные подиумы, коворкинг-зона мягкую зону, большие круглые столы и т.д.;

– для презентаций и семинаров, например, панели, проекторы, экраны, и компьютеры.

Каждая из зон может сочетать в себе несколько функций, что очень важно для малогабаритных библиотечных пространств. Так же это позволяет учащимся самостоятельно выбрать комфортное для себя место.

Но необходимо помнить, что образовательное пространство – это в первую очередь безопасная и эстетически привлекательная среда, поэтому в последнее время концепция дизайн-проекта библиотеки основывается на:

– плавности линий, то есть использование мебели без острых краев и выступающих элементов;

– выборе материалов, которые соответствуют санитарным и пожарным нормам;

– пожарной безопасности – при планировке необходимо обеспечивать достаточные пространства между мебелью (не менее 120 см – для основных проходов, и не менее 75 см – для дополнительных) [4]; использовать системы кондиционирования и вентиляции для поддержания температуры воздуха в библиотеке в пределах 18–24 °C, а также обеспечивать помещения пожарной сигнализацией и средствами пожаробезопасности [5].

Рассматривая исторически сложившиеся планировочные решения, можно отойти от привычной расстановки стеллажей в центре помещения, так как такая планировка визуально воспринимается громоздкой, а также часто перекрывает естественное освещение. Лучшим вариантом является распределение книжных стеллажей вдоль стен, таким образом освобождая центральное пространство для других целей.

В первую очередь человек воспринимает пространство визуально, поэтому согласно исследованиям, плохое освещение, темное цветовое решение с множеством прямых и статичных элементов негативно воспринимается и влияет на настроение и мотивацию [3].

Основным цветом, для 80 % поверхностей, становится белый или светлые оттенки серого, бежевого, голубого; акцентными могут быть более активные цвета – желтый, оранжевый, синий или красный, но не более 10 %, также могут применятся темные серый или черный цвет для фурнитуры (10 %). Цвет как инструмент в дизайн-проектировании используется не просто как фон для внутреннего обустройства, но и в качестве визуального разделения, которое помогает учащимся ориентироваться в библиотеке.

Освещение для школ также сменилось современными вариантами, которые часто комбинируются. Светодиодное освещение является основным вариантом, используемым в современных школах. Такое решение позволяет создать различные по концепции проекты, так как можно сочетать с разными типами потолочного оформления – как встроенные решения, так и подвесные.

Дизайн школьных библиотек постоянно меняется, происходит постепенное внедрение нового. На основе проведенного анализа можно выделить основную цель дизайн-проектирования в школах, которая заключается в создании нового, неповторимого пространства с учетом пожеланий учащихся.

Основные эргономические требования к дизайн-проектированию школьных библиотек:

1) экспозиция основной учебной литературы осуществляется в зависимости от возраста на высоте 120–140 см – для младших классов, 140–180 см – для средней и старшей школы;

2) выбор мебели осуществляется в зависимости от предназначения конкретной зоны: для младших классов (высота сидений – 34 см, стола – 58 см), для средних классов (высота сидений – 38–42 см, стола – 64–70 см), для старших классов (высота сидений – 45 см, стола – 76 см) [4];

3) открытая планировка с учетом нормативов, устанавливающие минимальные значения для проходов;

4) глубины полок в стеллажах будут зависеть от размеров учебной литературы, например, для основной литературы – 28–35 см, для энциклопедий и подобных книг – 35–40 см, для редких и нестандартных изданий полки проектируются отдельно или подбираются готовые варианты модульных стеллажей;

5) высота стеллажа в среднем составляет 180–220 см, что подойдет для комфортного использования с учетом возраста и роста учащихся, при более высоких значениях необходимо предусматривать лестницу;

6) кроме естественного освещения в библиотеке необходимо предусмотреть искусственное освещение в зависимости от предназначения основное (для читального зала и основных зон – не менее 400 Лк), дополнительное и акцентное (подсветка книг на полках и в витринах – не менее 200 Лк), но основным критерием для всех вариантов становится

равномерное распределение света, без резких перепадов яркости [4].

Рекомендации в планировочном решении будут заключатся в:

1) расстановке мебели для книг вдоль стен, что позволит освободить центральную часть;

2) расположении рабочего места библиотекаря, обеспечивающее свободный обзор как входной зоны в библиотеку, так и всего пространства;

3) оснащении интерактивным оборудованием, исходя из потребностей пользователей (медиатека – с интерактивной панелью, интерактивные столы, экраны и книги и т.д.)

4) интегрировании мест для чтения, как самостоятельных объектов, так и встроенных в мебель;

5) обеспечении компьютерными зонами, которые также могут быть встроены между стеллажами или в оконные проемы.

6) создании культурного пространства с различными зонами.

Возможности современного оформления безграничны и позволяют придумывать новые решения и сочетания. Например, для оформления стен могут использоваться шрифтовые или графические паттерны, которые отразят особенность истории школы или региона. Акцентом может стать цитата отечественных классиков, которая органично впишется в пространство с книгами.

Мебель также может стать своеобразным арт-объектом. Например, интеграция ярких пространств для чтения, использование скругленных или раздвижных фасадов привлечет внимание и станет мотивацией к чтению для учащихся.

Основными дизайнерскими принципами дизайн-проектирования интерьеров библиотек заключаются в:

1) новизне – дизайн-проектирование интерьера библиотеки должно ориентироваться на создание пространства в уникальном стиле, с учетом истории, потребностей и т.д.;

2) многофункциональности, то есть каждая из зон совмещает 2 и более функции;

3) открытости и эргономичном, комфортном доступе – современная библиотека предполагает свободное социально-культурное пространство, в котором учащиеся могут самостоятельно выбирать формат использования данного пространства – чтение, общение, отдых, дополнительные мероприятия и т.д.

4) технологичности обеспечения доступа к электронным ресурсам и книжным фондам, возможности проведения семинаров и презентаций и т.д.;

5) логичном визуальном зонировании, которое будет понятным и комфортным в использовании.

Таким образом, особенности дизайн-проектирования школьных библиотек заключаются в грамотном зонировании, возможности трансформации пространства, обеспечении безопасной, эргономически и

эстетически комфортной образовательной среды, которая позволит сформировать пространство для социализации и развития личности учащихся.

Список использованных источников

1. Никитин Н.В., Марченко М.Н. Трансформация образовательного пространства в современной школе // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2024. – С. 246–250.

2. Дуда В. В. Модельные библиотеки – трендсеттеры и вестники перемен // Библиотеки нового поколения. – 2021. – № 2 (5). – С. 8–10.

3. Балашова Е. В. Особенности формирования библиотечного пространства: дизайн интерьера // Учёные записки (АГАКИ). – 2017. – №2 (12).

4. СанПиН 2.4.2.2821–10. «Санитарно–эпидемиологические требования к условиям и организации обучения в общеобразовательных учреждениях».

5. СНиП 21–01–97. «Пожарная безопасность зданий и сооружений».

© Львова В.И., 2026
© Марченко М.Н., 2026

Ц. Люй,
аспирант кафедры технической эстетики и дизайна,
Санкт-Петербургской государственной
художественно-промышленной академии им. А.Л. Штиглица
г. Санкт-Петербург, РФ

Н. И. Барсукова,
д-р искусствоведения, профессор
Санкт-Петербургской государственной
художественно-промышленной академии им. А.Л. Штиглица
г. Санкт-Петербург, РФ

РОЛЬ ВИЗУАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ В КИТАЙСКИХ ИСТОРИЧЕСКИХ ПАРКОВЫХ ЛАНДШАФТАХ И ИХ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ЛАНДШАФТНО-АРХИТЕКТУРНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Методы организации визуальных линий являются важной составной частью проектирования исторических ландшафтов Китая. В настоящей статье в качестве объекта исследования выбран сад Лююань,

расположенный в регионе Цзяннань. Цель исследования заключается в анализе существующих сценических композиций исторического ландшафта и взаимосвязей визуальных направлений с целью выявления их влияния на современное ландшафтное проектирование. В качестве метода исследования используется графо-аналитический подход, посредством которого рассматриваются три аспекта: «конструирование ландшафтных сцен», «формирование визуального образа» и «контроль направления взгляда». Результаты исследования показывают, что в традиционном китайском ландшафтном проектировании организация визуальных линий основывается на «экранировании» как ключевом проектном мотиве и «направлении» как основной функциональной установке, что в совокупности формирует нарративную структуру пространства, реализующую принцип «смены пейзажа при движении».

Ключевые слова: исторический ландшафт Китая; методы формирования визуальных осей; анализ ландшафтных сцен; сад Лююань; опыт ландшафтного проектирования

Введение.

В исследованиях пространственной организации и восприятия сцен исторических китайских ландшафтов концепция «смены пейзажа при движении» широко рассматривается как характерная особенность пространственного опыта и ландшафтного проектирования [1]。В рамках данной концепции «движение» акцентирует внимание на том, что наблюдатель, находясь в ландшафтном пространстве, вследствие собственных действий динамически изменяет своё положение, тогда как «изменение пейзажа» отражает различия визуально воспринимаемых сцен, возникающие вследствие изменения позиции наблюдателя. В настоящее время существующие исследования преимущественно сосредоточены на эмпирической интерпретации маршрутов передвижения и перцептивного опыта, уделяя внимание влиянию поведенческих моделей на пространственное восприятие исторических ландшафтов и обобщая механизмы пространственно-временной перцепции концепции «смены пейзажа при движении»; вместе с тем часть исследователей использует количественные методы анализа, фокусируясь на структурных взаимосвязях пространственной организации исторических ландшафтов [2]. Однако в указанных исследованиях остаются недостаточно разработанными вопросы, связанные с визуальными изменениями субъекта-наблюдателя и характеристиками визуального восприятия, что свидетельствует о нехватке системного анализа в данной области.

Цель настоящего исследования заключается в следующем: на основе анализа композиционных характеристик сцен сада Лююань, посредством изучения воспринимаемых ландшафтных сцен в зависимости от положения

точки наблюдения и направления взгляда, а также различий между соответствующими сценами, провести анализ взаимосвязи между точкой наблюдения и визуализированными пространственными интерфейсами, с последующим выявлением характеристик визуальных элементов.

Методы исследования.

Посредством метода «пространственной графической интерпретации» проводится анализ визуальной композиции существующих ландшафтных сцен сада Лююань. Понятие «сцены» в театроведении и киноведении включает такие аспекты, как «композиция» и «создание сценического фона» [3], тогда как в области ландшафтной архитектуры и садово-паркового искусства данное понятие акцентирует внимание на модели «поведение — визуализация — восприятие», связанной с такими процессами, как «действие», «передвижение», «наблюдение» и «проживание», а также с формированием визуальных образов и пространственного опыта. В настоящем исследовании посредством графического анализа обобщаются следующие три уровня: модели ландшафтных сцен, включающие природные элементы (естественный рельеф, водные объекты и искусственные горки), планировочную структуру и морфологию элементов; формирование визуального образа, включающее глубину визуального поля (передний, средний и задний планы) и ширину визуального поля (вертикальное и горизонтальное измерения); а также контроль направления взгляда, формирующий визуальные линии и влияющий на их направленность.

Анализ исследования

Анализ взаимосвязи моделей формирования ландшафтных сцен и визуальных характеристик сада Лююань: общая площадь дворовых пространств и прилегающих архитектурных комплексов сада Лююань составляет около 400 м². Внутри сада выделяются три основные части: восточная, центральная и западная. В саду Лююань ландшафтные сцены включают ядро ландшафта, маршруты движения, узловые точки (точки наблюдения посетителей), а также переходные пространства между ландшафтом и архитектурой [4], при этом посредством взаимодействия указанных четырёх пространственных элементов формирование ландшафтных сцен осуществляется через визуальное направляющее воздействие, инициирующее перемещение тела, что, в свою очередь, реализует пространственный нарратив сцены. В процессе данного нарратива маршруты движения, узловые точки и ядро ландшафта выступают важнейшими медиаторами взаимодействия между пространством сада и визуальными линиями наблюдателя; в зависимости от их морфологии и пространственного распределения они подразделяются на два типа: линейно-планировочный и пространственно-линейный.

Линейно-планировочный тип нарратива ландшафтных сцен сада Лююань преимущественно представлен в ядре ландшафта. Центральная

зона сада формируется вокруг водоёма, включая расположенные по его периметру традиционные сооружения, такие как павильоны Пэнлайтин, Хаопутин, Кэтин, павильон у пруда Цинфэн, Западная башня и Цюйси-лоу. Павильон Пэнлайтин расположен в центре водоёма, а с северной и восточной сторон посредством крытых галерей он соединён с павильонами Кэтин и Цюйси-лоу. Галереи, будучи линейными по своей морфологии, располагаются параллельно поверхности воды. Водоём (водный элемент), павильоны Кэтин и Цюйси-лоу (архитектурные элементы), а также галереи (связующий элемент) совместно формируют однородную сцену ядра ландшафта. Три узловые точки — Пэнлайтин, Кэтин и Цюйси-лоу — расположены линейно; при этом Кэтин и Цюйси-лоу выступают соответственно начальной и конечной точками визуального восприятия. Галереи посредством непрерывной смены направлений взгляда разрушают однородность линейного маршрута движения, тогда как Пэнлайтин, выступая в роли визуальной опоры, обеспечивает переход между визуальными сценами и направлениями взгляда, благодаря чему центральная зона сада реализует визуальный нарратив. Галереи северной и восточной частей водоёма сходятся у Пэнлайтин, а узловые точки на поворотах галерей контролируют направление взгляда; расположенный в качестве визуальной доминанты Пэнлайтин, в условиях непрерывного изменения маршрутов движения, обогащает визуальное содержание линейно-планировочной сцены.

Пространственно-линейный тип нарратива ландшафтных сцен сада Лююань преимущественно представлен в восточной части. В качестве визуального ядра здесь выступает группа искусственных скал Гуаньюньфэн, вокруг которой расположены павильоны Гуаньюнтин, Гуаньюнлоу, Гуаньюнтай, Локлюйсюань и Чжуюньань, а также пруд Хуаньюньчи, находящийся к югу от Гуаньюньфэн. По сравнению с линейной визуальной характеристикой центральной зоны, восточная часть сада формирует эффект вертикального смещения визуального восприятия за счёт пространственной композиции ландшафтных элементов. Извилистая тропа, вымощенная характерным для региона Цзяннань голубым камнем, соединяет Гуаньюнтин с Гуаньюньфэн; она одновременно формирует линейный нарратив и, в сочетании с арочными мостами и камнями Тайху, создаёт рельефную систему визуального направления. Взаимодействуя с телесными действиями наблюдателя (подъём, взгляд вверх и т.п.), это подчёркивает вертикальную полярность сцен «Гуаньюньфэн (высокий) — Гуаньюнтин (низкий)». В южной части Гуаньюньфэн формируется композиция из пруда Хуаньюньчи, платформы и группы традиционных построек. Арочный мост, расположенный над прудом, соединяет Гуаньюньфэн с южной архитектурной зоной. В процессе движения наблюдателя подъём на мост частично экранирует визуальное поле, формируя ожидание восприятия Гуаньюньфэн. При достижении наивысшей

точки моста визуальная доминанта занимает всё поле зрения, открывая панорамное восприятие Гуаньюньфэн, камней Тайху, растительности, Гуаньюнтин и Гуаньюнлоу. По мере дальнейшего движения наблюдатель переходит от высшей точки к нижней, реализуя смену визуальных состояний «высокое – низкое», «большое – малое», «дальнее – близкое», «скрытое – открытое». Таким образом, арочный мост, обеспечивая вертикальное изменение точки наблюдения, управляет ритмом и фокусом визуального восприятия, а богатство сцен восточной части усиливает напряжённость визуальных линий.

Заключение.

В настоящей статье, на основе комплексного анализа ландшафтных сцен и формирования визуального образа сада Лююань, посредством графо-аналитического метода раскрывается механизм сопряжения исторического ландшафтного пространства и визуальных факторов. С трёх аспектов – «ядро ландшафта», «направление взгляда» и «визуальный фокус» – анализируется влияние ландшафтных сцен на формирование визуального образа, а также обобщаются две пространственные модели: линейно-планировочная и пространственно-линейная. Введение исследовательской перспективы, ориентированной на визуальное формообразование, с одной стороны, углубляет изучение нарративных характеристик исторических ландшафтов, с другой — позволяет выявить сценический опыт организации визуальной активности в садовом пространстве, что способствует формированию пространственных структур с выраженной регионально-культурной спецификой. Переход от анализа исторических ландшафтов к осмыслению их культурной трансформации в современном контексте придаёт результатам исследования практическую значимость для современного ландшафтного проектирования.

Список использованных источников

1. Ван Хаофэн, У Кунь, Цзинь Шань и др. Улучшенный метод анализа визуальных связей в пространственном синтаксисе [J]. New Architecture, 2022(4): 78–82.

2. Го Сун, Ли Луке, Цянь Бо. Исследование пространственных сцен Цзинцинчжай периода Цяньлун в парке Бэйхай [J]. Architectural Journal, 2021(11): 8–17.

3. Ху Мяошэн. Чтение пространства: эстетика сценографии [M]. Шанхай: Shanghai Literature and Art Publishing House, 2002.

4. Чэнь Дань, Мэн Фаньюй. Точка в бесконечномерном пространстве: анализ пространственного значения концепции «смены пейзажа при движении» на примере сада Лююань [J]. Huazhong Architecture, 2009, 27(7): 173–177.

© Люй Ц., 2026
© Барсукова Н.И., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

А. В. Люстей,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

С. Г. Ажгихин,
канд. пед. наук, профессор, профессор кафедры дизайна
компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ШАБЛОННОСТЬ И ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ В ВЕБ-ДИЗАЙНЕ

В статье рассматривается противоречие между предсказуемостью взаимодействия с веб-сайтом и необходимостью формирования его визуальной индивидуальности. Цель работы − определить границы полезной унификации интерфейса и предложить принципы преодоления визуальной однотипности. Разграничены технический шаблон, привычный паттерн взаимодействия и шаблонность композиционного решения. Предложена трёхуровневая модель индивидуализации, включающая функциональный, композиционный и образно-смысловой уровни. Описана схема проверки, позволяющая отдельно оценивать привлекательность, узнавание и успешность выполнения пользовательских задач.

Ключевые слова: веб-дизайн, шаблонность, визуальная индивидуальность, навигация, композиция, пользовательский интерфейс, визуальное восприятие, узнаваемость.

Использование готовых шаблонов позволяет создавать веб-сайты на основе заранее разработанных компонентов и макетов, что сокращает объём повторяющихся операций и облегчает поддержание единого оформления. Вместе с тем сходство первых экранов, карточек и последовательностей блоков создает проблему визуальной различимости. Сайт может соответствовать требованиям аккуратности и понятности, но слабо выражать особенности бренда, продукта или культурного проекта.

При последовательном просмотре сайтов одной тематики пользователь может встречать схожую схему: крупный заголовок, изображение справа, акцентную кнопку, ряд преимуществ и сетку предложений. Каждый элемент имеет функциональное объяснение, однако их неизменное сочетание способно создавать впечатление взаимозаменяемости. В результате возникает противоречие между понятностью отдельного интерфейса и недостаточной различимостью сайтов, построенных по одному композиционному сценарию.

Цель статьи − определить, как сочетать понятную навигацию с индивидуальным оформлением веб-сайта. Для решения этой задачи необходимо рассмотреть, какие элементы интерфейса обеспечивают понятность действий, а какие формируют характер оформления и связывают его с содержанием проекта. Такое разграничение позволяет точнее определить границы полезной унификации и возможности творческой переработки готовых решений.

Шаблон, привычный паттерн и визуальная однотипность

Под шаблоном понимается повторно используемая основа веб-сайта, задающая состав компонентов, их оформление и возможные варианты размещения. Паттерн взаимодействия − это узнаваемый способ выполнения определённого действия: открытие меню, поиск, переход по ссылке или заполнение формы. Визуальная шаблонность определяется как воспроизведение композиционного и образного решения без достаточной связи с конкретным содержанием дизайн-проекта. Эти понятия выражают разные аспекты дизайн-проектирования и не должны подменять друг друга.

Даже сайт на готовом шаблоне может выглядеть оригинально, если изменить расположение элементов, оформление текста и графику. При этом дизайн, созданный с нуля, тоже может повторять типовые решения. Поэтому индивидуальность сайта зависит от того, как он выглядит и насколько отличается от других сайтов той же тематики.

Одинаковые разделы сайта можно оформить по-разному. С. Г. Газанджиев, рассматривая оформление печатных изданий, разделяет структуру содержания и его визуальное оформление [2]. Этот подход можно применить и к веб-дизайну: сайты с разделами «О проекте», «Услуги» и «Контакты» могут выглядеть совершенно по-разному. Они становятся похожими, когда совпадают не только названия разделов, но и расположение блоков, размеры элементов, изображения и способы выделения главной информации.

Визуальную индивидуальность можно определить как согласованную систему признаков. Такими признаками выступают отношения масштабов, характер изображений, организация свободного пространства, типографический ритм и графическая метафора. Отдельная необычная деталь ещё не образует целостный образ, необходимо её содержательное и композиционное взаимодействие с остальными элементами.

Рассматривать эти признаки во взаимосвязи позволяет композиционный подход. В. В. Лаптев «Композиция в дизайне» раскрывает средства, приёмы и принципы построения формальной композиции [1]. Применительно к веб-дизайну такой подход направляет внимание на соотношение частей и организацию целого. Индивидуальность складывается из того, как заголовок взаимодействует с изображением, как чередуются плотные и свободные участки, каким образом выделяется главное. Даже знакомые элементы могут образовывать самостоятельное

решение благодаря характеру этих связей.

Поверхностная адаптация шаблона часто предполагает замену логотипа, основного цвета и изображений при сохранении композиционного каркаса. Возможности такого изменения зависят от того, насколько именно эти признаки определяют образ проекта. Если доминирующим признаком остаётся одинаковое распределение крупных масс, новая палитра меняет эмоциональный тон, но не обязательно создаёт самостоятельный композиционный сценарий. Сайт приобретает другое цветовое оформление, сохраняя прежнюю систему акцентов и последовательность подачи информации.

Замена цвета не всегда делает сайт узнаваемым. Если расположение заголовков, фотографий и карточек остаётся типовым, сайт может по-прежнему напоминать другие страницы той же тематики. Цветовые различия помогают отличить сайты при сравнении, но не обязательно позволяют запомнить, какой компании принадлежит каждый из них.

Цвет способен стать существенным признаком идентичности при долгосрочном использовании и выраженной связи с брендом. Однако механическая замена оттенков не затрагивает всех средств, которыми формируется визуальный образ.

Роль типографики раскрывается в статье А. А. Беляева, посвящённой использованию шрифтов и реализации правил оформления текста в веб-среде [3]. В рамках рассматриваемой проблемы важно, что шрифт включён в систему представления информации. Индивидуализация типографики может затрагивать контраст заголовков и основного текста, длину строки, интервалы и соотношение текстовых блоков. Выразительное решение при этом должно сохранять читаемость. Чрезмерная декоративность усложняет восприятие сообщения и может ослабить его смысловой акцент.

Глубина изменений определяется не их количеством, а влиянием на целостное восприятие. Замена множества декоративных деталей может сохранить исходную обезличенность. В то же время один содержательно обоснованный композиционный приём, например, раскрытие проекта через последовательность авторских эскизов, способен задать совершенной новый способ знакомства с брендом или организацией.

Баланс привычной навигации и визуальной индивидуальности

Баланс между привычностью и индивидуальностью можно выстроить на трёх взаимосвязанных понятиях. Функциональность− определяет доступ к информации и выполнение действий. Композиция − организует визуальную иерархию и последовательность восприятия. Образно-смысловая часть − связывает оформление с характером организации или бренда и содержанием сообщения. В реальном интерфейсе эти понятия пересекаются, например, заголовок одновременно обозначает раздел, создаёт композиционный акцент и передаёт интонацию бренда.

На функциональном уровне стоит сохранять узнаваемость основных

действий: понятные названия разделов, распознавание активных элементов, предсказуемый результат нажатия. А. А. Лебедев в «Ководстве» объясняет роль дублирующей навигации, цепочки ссылок, которая показывает положение страницы в структуре сайта и позволяет переходить к вышестоящим разделам [4]. Такое сочетание тем позволяет связать работу над внешним видом сайта с логикой его использования. На практике это означает, что выразительность следует развивать с учётом уже сложившихся ожиданий аудитории относительно поиска, меню и форм.

Композиционный уровень предоставляет возможности для изменения масштаба, пропорций, ритма, сочетаний текста и изображения. Здесь индивидуальность может формироваться через выбор доминанты и способ раскрытия содержания. Асимметрия или необычная сетка сами по себе не являются обязательными признаками авторского решения. Симметричная композиция также способна быть выразительной, если её отношения обусловлены замыслом и поддерживаются на протяжении страницы.

На образно-смысловом уровне определяется, почему сайт должен выглядеть именно так. Например, для архитектурного бюро такой основой могут стать пространственные отношения и чертежи, а для библиотеки, это работа с текстом, чтением и связями между областями знания. Индивидуальность возникает, когда выбранный принцип последовательно проявляется в изображениях, типографике и композиции.

Так, условный сайт библиотеки может сохранять обычное меню, заметный поиск по каталогу и понятную запись на мероприятие. Его визуальный образ при этом может строиться на авторской системе книжных разворотов, типографических акцентах и иллюстрациях.

Оценка выразительности и удобства сайта.

Индивидуальное решение должно давать пользователю способность отличить сайт от других и понять, что именно он представляет. Поэтому оценивать его только по степени необычности недостаточно. Декоративный эффект может привлечь взгляд, но не помочь разобраться в предложении или запомнить организацию.

Для сравнения можно использовать несколько вариантов одной страницы: базовый шаблон, тот же шаблон с изменённой палитрой и вариант с переработанной композицией. При сопоставлении такое сравнение позволяет обсудить, какие признаки создают различия и насколько эти различия связаны с задачей дизайн-проекта.

Привлекательность, запоминаемость и удобство следует рассматривать отдельно. Привлекательность − отражает желание рассмотреть страницу, запоминаемость − возможность позднее узнать сайт и вспомнить его особенности, удобство − успешность выполнения нужного действия. Для навигации показательны поиск раздела, число ошибок и время выполнения задания. При этом длительное пребывание на странице может свидетельствовать как об интересе, так и о затруднении. В данном

случае может помочь специализированная программа по оценке поведения потребителя на веб-сайте. Оценка пользователей из целевой аудитории поможет определить, поддерживает ли авторская композиция взаимодействие с сайтом.

Таким образом, шаблонность веб-сайта определяется не только использованием готового шаблона, но и тем, насколько его оформление повторяет другие сайты. Привычная навигация помогает пользователю быстро находить нужную информацию, однако одинаковые композиционные решения могут лишать сайт индивидуальности. Поэтому понятное меню и знакомые кнопки можно сочетать с оригинальной композицией и графикой, отражающими особенности проекта. Изменение цвета помогает придать сайту индивидуальность, но одной замены палитры не всегда достаточно. Если расположение блоков и элементов остаётся таким же, как на других сайтах, сходство сохраняется. Поэтому при переработке шаблона важно учитывать размеры и расположение элементов, оформление текста, выбор изображений и порядок подачи информации.

Задача дизайнера создать сайт, который будет удобным и при этом отразит особенности проекта. Для этого понятную навигацию нужно сочетать с выразительной композицией и графикой. Оценивать результат следует по тому, насколько сайт привлекает внимание, запоминается и помогает пользователю находить нужную информацию.

Список использованных источников

1. Лаптев, В. В. Модульные сетки. Проектирование многополосных изданий / В. В. Лаптев. – 3-е изд., доп. – Москва : Аватар, 2009. – 203 с.

2. Газанджиев С. Г. Визуализация как средство структурирования содержания в печатных медиа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – № 3. – С. 10–14. – URL: https://vestnik.journ.msu.ru/books/2010/3/vizualizatsiya-kak-sredstvo-strukturirovaniya-soderzhaniya-v-pechatnykh-media/.

3. Беляев А. А. Актуальные проблемы современной веб-типографики: взгляд в будущее // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – № 3. – С. 15–22. – URL: https://vestnik.journ.msu.ru/books/2010/3/aktualnye-problemy-sovremennoy-veb-tipografiki-vzglyad-v-budushchee/.

4. Лебедев, А. А. Ководство / А. А. Лебедев // Студия Артемия Лебедева : сайт. – URL: https://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections/.

5. Ажгихин, С. Г. Технология обучения студентов вузов графическому дизайну / С. Г. Ажгихин, М. Н. Марченко // Культурная жизнь Юга России. – 2018. – № 2 (69). – С. 76–79.

© Люстей А.В., 2026
© Ажгихин С.Г., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

А. В. Люстей,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Н. Марченко,
д-р пед. наук, профессор, заведующая кафедрой дизайна,
компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ПРИНЦИПЫ УНИВЕРСАЛЬНОГО ДИЗАЙНА КАК ОСНОВА ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИНКЛЮЗИВНОЙ ИНТЕРЬЕРНОЙ СРЕДЫ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ

Статья посвящена рассмотрению принципов универсального дизайна как основы дизайн-проектирования инклюзивной интерьерной среды общественных зданий. Актуальность темы определяется тем, что в современной практике проектирования доступность по-прежнему нередко трактуется как совокупность отдельных технических мер, тогда как качественная интерьерная среда должна учитывать значительно более широкий круг пользовательских потребностей. В общественном здании человек взаимодействует не только с архитектурной оболочкой, но и с системой маршрутов, навигацией, зонами ожидания, мебелью, оборудованием, световой и акустической организацией пространства. В статье общественный интерьер рассматривается как система пользовательских сценариев, а также формулируются критерии оценки инклюзивной интерьерной среды и проектные ориентиры, значимые для практики дизайн-проектирования.

Ключевые слова: универсальный дизайн, дизайн-проектирование, инклюзивная интерьерная среда, общественные здания, общественный интерьер, доступность, безбарьерная среда, дизайн среды, пользовательский сценарий, навигация, сенсорный комфорт.

Современное дизайн-проектирование общественных зданий все в большей степени ориентируется на реальное разнообразие пользователей. Пространство сегодня должно быть удобным не только для условно «среднего» человека, но и для людей с различными физическими возможностями, возрастными особенностями, сенсорным восприятием и разными сценариями поведения в среде. В связи с этим проблема формирования инклюзивной интерьерной среды приобретает особую актуальность. На практике человек оценивает общественный интерьер не по

отдельным техническим элементам, а по тому, насколько легко он может войти в здание, понять его внутреннюю структуру, найти нужную зону, получить информацию, дождаться услуги и покинуть объект без лишнего напряжения и посторонней помощи.

Требования к обеспечению доступности объектов для маломобильных групп населения закреплены в Федеральном законе № 181-ФЗ и действующих сводах правил [1–4]. Однако проектная практика показывает, что выполнение нормативного минимума не всегда обеспечивает высокое качество пользовательского опыта. Особенно явно это проявляется во внутреннем пространстве общественного здания, где человек постоянно взаимодействует с маршрутами движения, навигацией, зонами ожидания, мебелью, оборудованием, освещением и акустической средой. Как отмечается в исследованиях по архитектуре и дизайну среды, общественный интерьер представляет собой сложную систему, объединяющую функцию, пространственную организацию, визуальную коммуникацию и сценарии пребывания человека [5; 6]. Поэтому его оценка не может ограничиваться только инженерными параметрами: она должна учитывать удобство, безопасность, понятность и эргономичность среды [7].

В этой связи особое значение приобретает универсальный дизайн, который следует рассматривать не как набор дополнительных адаптационных мер, а как основу дизайн-проектирования инклюзивной интерьерной среды. Его применение позволяет перейти от частичного устранения барьеров к комплексному формированию пространства, ориентированного на максимально широкий круг пользователей. Цель статьи заключается в выявлении потенциала принципов универсального дизайна в формировании инклюзивной интерьерной среды общественных зданий, а также в определении критериев ее оценки и проектных ориентиров, значимых для практики дизайн-проектирования.

При рассмотрении проблемы прежде всего важно разграничить ряд понятий, которые в прикладных публикациях и даже в профессиональной речи нередко употребляются как взаимозаменяемые. Между тем смысловое смешение этих терминов приводит к упрощению самой проектной задачи.

Понятие безбарьерности связано прежде всего с устранением очевидных пространственных препятствий: перепадов высот, узких проходов, неудобных дверей, недоступных санитарных помещений, отсутствия лифтов и поручней. Это базовый уровень, без которого невозможно обеспечить физический доступ в здание [1–3]. Однако безбарьерность отвечает лишь на первый вопрос: может ли человек войти и переместиться по основному маршруту.

Понятие доступности шире. Оно касается уже не только самого факта прохода, но и возможности полноценно пользоваться пространством, функцией и услугой. Доступная среда предполагает, что человек способен самостоятельно найти нужную зону, понять информацию, воспользоваться

оборудованием, дождаться обслуживания и завершить весь сценарий пребывания без чрезмерных усилий [2–4]. Иначе говоря, доступность связана не только с геометрией пространства, но и с его организационной и информационной логикой.

Еще более широким является понятие инклюзивности. Оно отражает не просто допуск человека в среду, а качество его включения в общий сценарий пользования пространством. Инклюзивный интерьер не выделяет человека в категорию «особого посетителя», не направляет его по второстепенному маршруту и не создает ощущения исключенности. Такая среда позволяет разным пользователям действовать в ней равноправно, спокойно и предсказуемо.

На этом фоне универсальный дизайн следует понимать как проектную методологию, в которой разнообразие пользователей закладывается в основу решения изначально. Его задача состоит не в последующем приспособлении уже готового пространства, а в таком проектировании, при котором среда оказывается удобной для максимально широкого круга людей с различными физическими, сенсорными, возрастными и поведенческими особенностями. Именно в этом состоит его принципиальное отличие от частичной адаптации.

Для общественного интерьера это различие особенно существенно. Человек взаимодействует с ним не в одном фиксированном месте, а на протяжении всего пути: от входной группы до точки получения услуги и обратно. Поэтому интерьер общественного назначения следует рассматривать как систему последовательных пользовательских сценариев. В этой системе важны не только отдельные элементы, но и их взаимосвязь. Пространство может иметь доступный вход, но оставаться трудным для ориентации в вестибюле; может быть снабжено навигацией, но вызывать утомление из-за акустической перегрузки; может соответствовать нормативным параметрам, но требовать постоянного обращения за помощью к персоналу. Во всех этих случаях среда формально работает, но не становится по-настоящему инклюзивной.

Такой взгляд позволяет иначе оценить роль интерьера в общественном здании. Он выступает не фоном для функции, а активной средой взаимодействия. Внутренняя организация пространства должна помогать человеку, а не проверять его на способность справляться с препятствиями. Здесь особенно важны положения, разработанные в отечественных трудах по архитектуре общественных интерьеров, дизайну среды и эргономике, где подчеркивается, что качество среды определяется не только эстетическими достоинствами, но и степенью ее пригодности для реального использования [5–7].

Если перенести эти положения на задачу инклюзивного проектирования, становится очевидно, что универсальный дизайн в общественном интерьере проявляется сразу в нескольких направлениях.

Прежде всего речь идет о равноправии пользования пространством. Если один посетитель входит через главный вход, а другой вынужден искать боковой проход или служебную дверь, говорить о полноценной инклюзивности уже трудно. Не менее важна простота и читаемость среды: основные функциональные зоны, вертикальные связи, места ожидания, санитарные помещения и стойки информации должны считываться без сложных пояснений. Существенное значение имеет и многоканальность восприятия информации, когда важные сведения передаются не одним способом, а через сочетание пространственных акцентов, графической навигации, контрастов, световых ориентиров и понятной знаковой системы. Наконец, большое значение имеют сенсорный комфорт и эргономическая пригодность среды, поскольку слишком яркий свет, высокий уровень шума, отражающие поверхности, тяжелые двери, неудобные стойки обслуживания и отсутствие мест кратковременного отдыха часто оказываются не меньшим препятствием, чем классические архитектурные барьеры.

Обобщение нормативных требований и отечественных теоретических подходов позволяет выделить критерии, по которым может оцениваться инклюзивная интерьерная среда общественного здания. К таким критериям целесообразно отнести:

– пространственную непрерывность, то есть возможность без разрывов и вынужденных обходов пройти по основному маршруту и воспользоваться ключевыми функциями здания;

– навигационную ясность, предполагающую понятную планировочную структуру, визуально читаемые ориентиры и логично организованную систему указателей;

– информационную доступность, при которой человек может быстро получить и правильно интерпретировать необходимые сведения;

– сенсорный комфорт, связанный с качеством света, акустики, цветовой среды и степенью визуальной перегруженности интерьера;

– эргономическую пригодность, отражающую удобство мебели, оборудования, стойки обслуживания, зон ожидания и санитарных помещений;

– автономность и равноправие пользования, при которых посетитель не ставится в зависимость от постоянной помощи и не воспринимает собственный маршрут как второстепенный.

Важно подчеркнуть, что перечисленные критерии работают только в комплексе. Например, физически доступное пространство может оказаться сложным для понимания, а хорошо организованная навигация не компенсирует сенсорной перегрузки или неудачной эргономики. Именно поэтому универсальный дизайн в интерьере следует рассматривать не как отдельный раздел проекта, а как его внутреннюю логику.

На практике это означает, что при проектировании важно

сосредоточиться не на отдельных мерах, а на том, как пространство работает в целом и насколько удобно человеку пользоваться им на всех этапах. На стадии концепции общественного здания важно стремиться к тому, чтобы основные функции были доступны по единому и естественному маршруту. Уже на уровне планировочного решения желательно избегать ситуаций, когда адаптированный путь возникает как позднее добавление к основной схеме. Не менее важно, чтобы навигация не существовала отдельно от архитектуры интерьера, а была включена в нее через пространственные доминанты, цветовые акценты, световые ориентиры и ясно читаемую иерархию зон. Для зон ожидания и обслуживания необходимо предусматривать разную продолжительность пребывания, возможность кратковременного отдыха, удобную посадку, доступ к информации и предсказуемую очередность взаимодействия. Особого внимания требует работа с сенсорной средой: акустическое эхо, слепящий свет, хаотичное размещение рекламных и информационных носителей, чрезмерная декоративная насыщенность резко снижают удобство пространства, даже если оно формально отвечает требованиям доступности.

Тем самым общественный интерьер можно рассматривать как показатель зрелости проектного подхода. Если среда проектируется только по нормативному минимуму, она обычно решает задачу допуска. Если же в ее основу закладываются принципы универсального дизайна, интерьер начинает выполнять более сложную функцию, обеспечивать реальное включение человека в пространство, услугу и коммуникацию.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что принципы универсального дизайна могут рассматриваться как методологическая основа формирования инклюзивной интерьерной среды общественных зданий. Их значимость заключается в том, что они переводят проблему доступности из сферы отдельных компенсирующих мер в плоскость целостного проектного мышления. В этом случае объект оценивается не только по наличию безбарьерных элементов, но и по тому, насколько он понятен, безопасен, эргономичен, комфортен и пригоден для самостоятельного пользования.

В ходе исследования было установлено, что понятия «безбарьерность», «доступность», «инклюзивность» и «универсальный дизайн» не являются синонимами. Безбарьерность обеспечивает устранение очевидных пространственных препятствий, доступность характеризует возможность реального пользования средой и услугой, инклюзивность отражает степень равноправного включения человека в сценарии пространства, а универсальный дизайн задает проектную логику, при которой все эти задачи решаются изначально и комплексно.

Рассмотрение общественного интерьера как системы пользовательских сценариев показало, что качество такой среды

определяется не отдельным элементом, а связностью всего маршрута: от входной группы до точек обслуживания, зон ожидания, санитарных помещений и обратного выхода. Именно поэтому критериями инклюзивной интерьерной среды выступают пространственная непрерывность, навигационная ясность, информационная доступность, эргономическая пригодность, автономность и равноправие пользования.

Таким образом, универсальный дизайн в общественном интерьере нельзя рассматривать как дополнительную меру или отдельный этап проектирования. Он должен лежать в основе всей проектной работы. Только в этом случае можно создать пространство, удобное и понятное для разных людей, где разнообразие пользователей воспринимается не как частный случай, а как естественная норма.

Список использованных источников

1. О социальной защите инвалидов в Российской Федерации : федер. закон от 24 нояб. 1995 г. № 181-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. № 48. Ст. 4563.

2. СП 59.13330.2020. Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения. М. : Минстрой России, 2020.

3. СП 136.13330.2012. Здания и сооружения. Общие положения проектирования с учетом доступности для маломобильных групп населения. М. : Минрегион России, 2012.

4. СП 118.13330.2022. Общественные здания и сооружения. М. : Минстрой России, 2022.

5. Шимко, В. Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование общественных интерьеров / В. Т. Шимко. М. : Архитектура-С, 2011.

6. Ефимов, А. В. Дизайн архитектурной среды / А. В. Ефимов. М. : Архитектура-С, 2005.

7. Рунге, В. Ф. Эргономика в дизайне среды / В. Ф. Рунге, Ю. П. Манусевич. М. : Архитектура-С, 2005.

© Люстей А.В., 2026
© Марченко М.Н., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

А. В. Мартиросов,
доцент кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ПУСТОТА И ФОРМЫ (Ч. I–Ч. II). ИССЛЕДОВАНИЕ ФОРМЫ В ИСКУССТВЕ ИТАЛИИ

Текст статьи использует материалы новой авторской монографии «Искусство в эпоху креативных индустрий». Тексты издания перебрасывают мосты понимания между современным молодым специалистом в области искусства и дизайна, и историческими периодами, из области классической истории искусства, в которых предельно не предвзято высвечиваются тенденции, вдруг оказавшиеся актуальными для возникающих новейших мировых трендов и локальных течений, характерных для рубежей эпох postcontemporary/metamodern.

Ключевые слова: Арабеск, набросок, скетчинг, мышление, фракталы, линия Мандельброта, модернисты, постмодернисты, футуристы.

Познай самого себя
и ты познаешь Вселенную
и её Богов
Оракул Аполлона,
Дельфы, VII в. до н.э.

Скульптура должна придать жизнь предметам,
делая их продолжением в пространстве
чувственным, системным и пластичным,
потому что сегодня никто не может отрицать,
что один предмет продолжается там,
где другой начинается, и что все вещи…
образуют арабеск из кривых и прямых линий.
Умберто Боччони, «Технический манифест
футуристической скульптуры»

Итак, Боччони говорит об арабеске,
о кривых и прямых линиях, о разрезах.
Но смысл – это продолжение, соединение, синтез.
Витторио Згарби, «Сокровища Италии

Одно из важнейших движений мысли – искусство исследований объектов: искусство пониманий, состояний объемов и формы, искусство тактильных прикосновений и мысленных, исключительно ментальных обтеканий и обходов наблюдаемых форм.

Приближение к наблюдаемым объектам на визуальном расстоянии – не только попытка исследования, равного пониманию смыслов,

переведенных в новый визуальный опыт, – это своего рода ментальная тактильность, привычка подтверждать визуальный опыт наблюдателя фиксацией опыта перманентных наблюдений.

Быстрый набросок, скетчинг, в русском языке обретает новый смысл, по сравнению с опытом использования слова «набросок» в практике графики и академического рисунка.

«Скетч» – это предрасположенность личности к игре. «Скетчинг» – это вовлеченность в Поток, поток сознания, поток мышления, поток наблюдений за игрой объектов внутри ментального пространства Наблюдателя, его включенность в процесс игры. Здесь для Наблюдателя начинается вовлеченность в большой процесс, – метатождествление, – «Я»-играющий, и «Я»-игра, становятся нераздеьным Целым, перерастающим в метацелое – «Я»-объект.

В отступлении хочется кратко проанализировать классическое представление о графическом «наброске». Личность наблюдателя фактически не участвует в создании линейно-графического произведения. В определенном смысле понятие «набросок» возникает в эпоху Возрождения, – как механическая быстрая зарисовка, сделанная с помощью аксессуара, добытого на раскопках руин Римской Империи, – камеры-обскуры. Результат, – нечто среднее, между сделанной вручную «фотографией», и новым академическим искусством Ренессанса, которое уже фиксирует результат наброска, одевая его в классические цвета итальянской живописи, доводящей набросок до реалистичности.

Невероятный эффект живописи Ренессанса строится на фиксации одного момента времени, предельно четко, документально воспроизведенного в пространстве картинной плоскости.

Этот документальный эффект – единственный смысл и цель работы художника Ренессанса, – создание «цветной фотографии», возникающей до эпохи самой фотографии. Это документальная фиксация момента, в которой не остается практически никакого следа «Автора» произведения, и где серия объектов и персонажей, предстает в итоге, как остановленное «Действие». Это действие является самоценным само-по-себе (или даже само-в-себе), т.к. и личности действующих столь же не-проявлены. Безличная религиозная красота Ренессанса не предполагает внутреннего содержания его персоналий, как лиц, участвующих в Действии, они – лишь часть общего пазла, прихотливая, но вполне обезличенная игра света и цвета на золотистом фоне длящегося вне-временья.

В этом зачарованном царстве Искусства, без-автора, и без-личности, набросок служит одной единственной цели, – это документальная передача сходства, фиксирующая остановленное движение живых и неживых (что даже и не важно) тел в нейтральном пространстве условного бытия.

Ренессанс ставит во главу угла чертежную перспективу, с единственной точкой схода, которая фиксирует механический взгляд на

«живую» реальность бытия, превращая живую текучую природную энергию, которой так восхищались античные греки и римляне в своем «античном» искусстве, в застылую проекцию мертвой тени уже застывшего в энтропийном холоде мире. Набросок через камеру-обскуру фиксирует с помощью нейтрального автора (т.е. художника Ренессанса) четкую одномерную версию формы, чтобы отправить эту безжизненную фиксацию в галерею нагроможденных форм, т.е. в бесконечные перспективные фризы картин и росписей эпохи Ренессанса. Эти картины фиксируют непрерывные ряды точно воспроизведенных объектов, зданий, людей и т.д., как каталоги или библиотеки сохраняют в себе вышедшие из употребления предметы и их смыслы, оставляя потомкам безжизненные формы под номерами номенклатуры музейного хранения.

В этих галереях цитирования и повторов всевозможных форм, набросок становится лишь безличным инструментом фиксации очередного воспроизведения формы механическим способом, для добавления этой формы в бесконечный гербарий механически зафиксированных форм (до бесконечности…).

Искусство Ренессанса столь быстро отказалось от идеи Возрождения искусства Римской Империи, что мимикрировало в итальянский маньеризм, родоначальником которого, хоть и невольно, становится стареющий и уставший от гнёта заказного искусства Микеланджело.

Тогда как искусство даже поздней Римской Империи (не меньше, чем Крит и Микены в эпоху пробужденности их Архаики) восхищено живой тканью материального мира, искусство маньеризма (мнившего себя вершиной открытий Ренессанса) превращает пейзажи и портреты, многофигурные сцены и живые картины быта в «подлинный натюрморт», – доскональная фиксация практически документальных и детализированных форм, превращает полотна живописцев в «паноптикумы», а скульптуры с их легким изяществом в объекты из препараторской или полюбившихся тогда аристократам залов-кунсткамер или представлениями из гастролирующих «цирков уродцев».

Итальянскому искусству восприятия живой формы нужно было пройти через «революционный шок» традиций Барокко, чтобы действительно возродить свою же традицию бессмертной трактовки формы эпохи золотого века Римской Империи.

Набросок живой формы в Барокко, его живая барочная линия, наполненная ритмом и пульсом, наполнит новым пониманием формы живописных полотен, формы новейшей скульптуры, и, конечно взлет архитектурных объёмов и форм.

Набросок и рисунок Барокко становится настоящей формулой философского камня, подлинным «золотым референсом» для последующих европейских традиций классицизма, романтизма, символизма и неоклассицизма, возводящих свое происхождение к Ренессансу, а через

него, к античному искусству Римской Империи.

Художник эпохи Барокко – настоящий «мастер игры», взаимодействующий с объектом, – трансформирующий объект, и, в итоге, объект этот – воссоздающий, т.е. сотворяющий его вновь и вновь. Здесь автор становится личностью, а процесс творчества – спонтанной фрактальной игрой формы, напоминающей бесконечное ветвление линии Мандельброта и открытие итальянского же математика Фракталли, перевернувшего основы физики XX века, и вдохнувшего в нее новую идею бесконечности, уже не на основе старинной и бездушной религиозности, а на основе наблюдения за живой материей и Космосом, его структурой и живым непрерывным движением, как делали это в древности философы и ученые античной эпохи, постигшие в наблюдении за Космосом и корпускулярную теорию, т.е. молекулярное строение вещества, и золотые пропорции в структурах нашего мира, и увидели расцветающие фрактальные кривые, оставив их потомкам и в беглом золотом меандре, и в причудливых формах капителей Коринфских колон…

После фантастической эпохи Барокко итальянское искусство будто отдыхает в декоративной текстурной бессмыслице эпохи рококо. Его очень полюбят во Франции и России…

А огонь Барокко разойдется по всей Европе, вдыхая новую жизнь в представление о европейском классическом искусстве. И это классическое искусство с тех дней и до сегодняшнего, будет иметь своей основой – Рисунок, а рисунок своей основой – живой набросок, в котором сливаются личность автора, личность (или структура) объекта, и процесс творчества, как танцующая ветвь бога Диониса, соединяющая творца и его творение в единое Целое.

И еще раз, в Новейшее Время, искусство Италии породит направление, в которое включится весь XX век. В 1910 г. итальянский поэт и художник Томмазо Маринетти в парижской газете опубликует «Манифест Футуристов», т.е. Манифест Будущего, в котором провозгласит новые принципы искусства, главные из которых – это движение, полёт и скорость. С 1910 года начнётся европейский Модернизм, длящийся, в целом, и сегодня. его принципы строятся на абсолютной свободе личности Автора, который создает свои системы координат в Живой ткани Искусства. Огонь, подобно идеям Гераклита Эфесского, из окраин античного мира, снова распространится в мире людей. «Космос есть огонь, многоразлично вспыхивающий, многоразлично затухающий. Он есть Отец Богов». Новые боги и служители огня – футуристы, – дадут начало новым свободным искусствам и новому, свободному рисунку, – быстрому, наглому, самодостаточному. Первые модернисты, исследователи формы и скорости, назовут себя футуристами, в России – будутлянами…

Главный футурист юного СССР – Владимир Маяковский, – произнесет свое бессмертное: «– Вы футуристы? – Да, мы – футуристы!».

Сегодня модернизм существует уже в трех исторических версиях: modern art, contemporary art и metamodern. И во всех этих версиях его, – художник, автор, артист, – это Мастер Игры, развертывающейся в пространстве постижения предельной дихотомии в Искусстве, противостоянии и взаимодействии Пустоты и Формы, бегущих фрактальными линиями, как побеги лозы бога Диониса, как уникальные наброски, как скетчи для новых миров, которые рисовать новым творцам, новым богам, владеющим тайной фрактального Арабеска.

© Мартиросов А.В., 2026

А. В. Мартиросов,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ТОЧКИ И ЛИНИИ НА ПЛОСКОСТИ (Ч. III). КОСМОС ВАСИЛИЯ КАНДИНСКОГО

Текст статьи использует материалы новой авторской монографии «Искусство в эпоху креативных индустрий». Тексты издания перебрасывают мосты понимания между современным молодым специалистом в области искусства и дизайна, и историческими периодами, из области классической истории искусства, в которых предельно не предвзято высвечиваются тенденции, вдруг оказавшиеся актуальными для возникающих новейших мировых трендов и локальных течений, характерных для рубежей эпох postcontemporary/metamodern.

Ключевые слова: точка и линия, плоскость, пустота, мышление, фракталы, антропософия, мыслеобразы, краски.

Первые цвета, впечатлившиеся во мне,
были светло-сочно-зеленое, белое,
красное кармина, черное и желтое охры.

***

Розовые, лиловые, белые,
синие, голубые, фисташковые,
пламенно-красные дома…

***

Так ожила для меня и каждая точка
в покое и в движении (линия)
и явила мне свою душу.
Этого было достаточно,
чтобы «понять» всем существом,
всеми чувствами
возможность и наличность искусства,
называемого нынче в отличие от
«предметного» – «абстрактным».

***

Мне слышалось иногда шипение смешиваемых
красок. Это было похоже на то, что можно было,
наверное, испытывать в таинственной лаборатории,
полной тайны алхимика

***

Самое слово «композиция» вызывало во мне
внутреннюю вибрацию.
Впоследствии, я поставил себе целью
написать «Композицию».

«Ступени. Путь художника»,
В. Кандинский, 1918 г.

Исследования понятия и понимания Пустоты в творческом процессе лучше начинать с известной книги Василия Кандинского – «Точка и линия на плоскости».

Изучение формата (ОП), как Пространства, где спонтанно возникают игры ментальных импровизаций, позволяют рассмотреть пространство заданной картинной плоскости, как исходно содержательное, предрасположенное к возникновению линейных и не-линейных взаимодействий не-преднамеренно заданной графической игры.

В контексте философии искусства самого Василия Кандинского, картинная плоскость – это выделенный участок бесконечного Космоса, где сам данный участок, деталь бесконечности, стремится стать новой бесконечностью.

Учтем сразу, что представление о формирующихся в абсолютном хаосе абстрактных, но уже овеществленных образах, формах, внутри спонтанных движений тонких стихий и взаимодействий, Василий Кандинский получил на практических занятиях у мастера Ани Безант, которая преподавала у него теорию и практику созидательных мыслеобразов. Вне контекста того, что сегодня психологи называют мысле-формой, в частности, в классической арт-терапии, в практикумах и теории трансперсональной психологии, не ясным до конца выглядит контекст

изощренных психологических абстрактных конструкций и визуальных манипуляций, и, тем более, эмоциональных стихий, привычных нам на полотнах и графических листах раннего, и более позднего периода творчества Кандинского, где он, отказываясь от наивно-реалистического и декоративного мировосприятия, подключается к потокам коллективных сознательных континуумов, или погружается в инсайт, глубоко личных слоев глубинной вселенной психического космоса.

В контексте личной философии Василия Кандинского искусство есть создание космоса: «Живопись есть грохочущее столкновение различных миров, призванных путём борьбы и среди этой борьбы миров между собою создать новый мир, который зовётся произведением. Каждое произведение возникает и технически так, как возник космос, – оно проходит путём катастроф, подобных хаотическому рёву оркестра, выливающемуся, в конце концов, в симфонию, имя которой – музыка сфер. Создание произведения есть мироздание». («Ступени»)

В Мюнхене и Берлине Кандинский начинает посещать лекции модного тогда гуру философии – Рудольфа Штайнера. Гениальность создателя новейшего направления – антропософии, – соединяется на ментальном уровне с гениальностью самого художника. Василий начинает лучше понимать свой Путь, – путь художника. Штайнер открывает для Кандинского путь Космоса, его циклы, его эволюцию, его движения, божественные и осмысленные, но этот путь Внешний: «Его развитие состоит во внезапных вспышках, подобных молнии, из взрывов, подобных «букету» фейерверка, разрывающемуся высоко в небе и рассыпающему вокруг себя разноцветные звёзды. Эти вспышки в ослепительном свете вырывают из мрака новые перспективы, новые истины, являющиеся, однако, в основе своей не чем иным, как органическим развитием, органическим ростом прежних истин, которые не уничтожаются этими новыми истинами, а продолжают свою необходимую и творческую жизнь, как это неотъемлемо свойственно каждой истине и каждой мудрости. Оттого что вырос новый сук, ствол не может стать ненужным: им обусловливается жизнь этого сука».

Космос Штайнера и его антропософия (т.е. «мудрость человечества», лат.) приводят в итоге к символизму в картине мира Кандинского, напоминающую сегодня беглый фрактал, бесконечную кривую системы ветвления Мандельброта: «Это есть разветвление исконного ствола, с которого «все началось». А разветвление, дальнейший рост и дальнейшее усложнение, представляющееся часто так безнадежно запутанным и запутывающее часто пути человека, – не что иное, как необходимые ступени к могучей кроне: части и условия, в конце концов образующие зеленое дерево».

Лекции и практики Ани Безант переводят космос Кандинского в его внутренний психокосм. Знакомство с восточной психологией и

философией, дает выход его исканиям уже во внутреннем инсайде, превращая бесконечность внешних космических пространств скорее в выходы психоделического лабиринта разветвленной психики художника: «Итак, простая, точная и негибкая мысль не только не отвергается, но используется как необходимая ступень для дальнейших в ней коренящихся мыслей. И эти дальнейшие, более мягкие, менее точные и менее материальные мысли подобны более гибким новым ветвям, протыкающим в воздухе новые отверстия».

Художник видит в новейшем искусстве Путь действия Творца, освобожденного человека, нового Прометея (греч., букв. «Промыслитель»), для которого психокосм творится в преображенный новый космос: «Тут лежит корень дальнейшей переоценки ценностей, непрерывно, а стало быть, и в этот час, медленно творящей дальнейшее, а в то же время и корень той внутренней одухотворённости, которую мы постепенно постигаем и в области искусства. В наше время в сильно революционной форме». Профессор В. Кандинский, преподававший цветоведение и композицию в первых двух институциях, связанных с новейшим историческим представлением о дизайне, – германским БАУХАУС, и советским, ВХУТЕМАС, четко видел новейшее искусство начала XX в., как прямое продолжение, наследующее лучшим «ветвям» искусства прошлых столетий: «На этом пути я дошел до того вывода, что беспредметная живопись не есть вычеркивание всего прежнего искусства, но лишь необычайно и первостепенно важное разделение старого ствола на две главные ветви, без которых образование кроны зеленого дерева было бы немыслимо.» («Ступени», 1913 г.).

Точки и линии, являясь не просто предельной проектной величиной художественного высказывания, но и смыслом движения, и создателями мысле-образов, в контексте нового искусства, становятся корреляторами, маркерами присутствия Пустоты в формате, и Пустоты в Форме, формах, спонтанно возникающих художественно-космических пространств.

Космос Кандинского будто уже продолжен, но не-проявлен в формате картинной плоскости. Задача художника, автора, всматриваясь пристально в его Пустоту, чувствовать начало движения Точки, точек, и точек, пришедших в движение, т.е. линий. Линии начинают спонтанный танец, оставаясь при этом точками. Разноразмерность и масштабирование точек превращает их в цветовые пятна и целые поля напряжений, воссоздавая квантовые «поля напряжений», лишь останавливаясь перед оформлением их в подлинные объекты.

Художник создает или воссоздает мир, как психокосм, который проявляется на поверхности холста, чтобы сделать холст бесконечным в его содержательности. Возникая в ограниченном пространстве, космос нового искусства стремится соединиться с внешним космосом бытия, хотя уже, в момент возникновения, является его частью.

Что здесь является частью, а что целым, – это большой вопрос. Антропософия Рудольфа Штайнера максимально подвела Кандинского к пограничью бесконечностей, где они начинают свой художественный разбег в Пустоте. Ани Безант дала ему ключи от понятия синхронных многомерностей, которые мы сегодня назвали бы квантовыми, переходящими из микро в макро-миры.

Бег бесконечностей усиливается, но, одновременно развертывается фресками, фризами, добавляя грани восприятия реальностей, о которых с такой естественностью пишет Кандинский в «Ступенях».

Точка, точки, это – не начало, это «кванты» создания всего, Кандинский идет дальше и глубже того, что сказано в его главном Тексте – «Точка и линия на плоскости». Это произведение обычно заслоняет его интимный и искренний текст – «Ступени», но в них вся иерархия Пути Творца, начавшаяся еще на ступенях восхождений Антропософии. Бег фрактальных ветвей, открытый Кандинским в Искусстве и для Искусства, т.е. для «создания всего», фракталы бесконечных линий ветвления и точек изменчивости, – палец Бога, как назовут их физики второй половины XX века.

Мир, где всё равно и совершенно, он его не открыл, не рассчитал и не предсказал, он его увидел. Антропный принцип, где человек равен создателю, где человеку нужен человек, где человек распахнут в бесконечный мир: Человек, сошедший со страниц «Упанишад» и «Бхагавад-Гиты» для нового искусства созидания мыслеобразов, из лекций Ани Безант, из алхимических историй Рудольфа Штайнера.

Кандинский увидел этот мир в бесконечном ветвлении, и начал новое искусство для нового века, чьи ветви бегут, и которым нет границ, и нет еще новых названий. Есть только новые точки и новые линии модерна, метамодерна, бытия…

«Эта разгадка освободила меня и открыла новые миры … Не только воспетые леса, звёзды, луна, цветы, но и лежащий в пепельнице застывший окурок, выглядывающая из уличной лужи терпеливая, кроткая белая пуговица, покорный кусочек коры, влекомый через густую траву муравьём в его могучих челюстях для неизвестных, но важных целей, листок стенного календаря, к которому протягивается уверенная рука, чтобы насильственно вырвать его из тёплого соседства остающихся в календаре листков, – всё явило мне свой лик, свою внутреннюю сущность, тайную душу, которая чаще молчит, чем говорит.

Так ожила для меня и каждая точка в покое и в движении (линия) и явила мне свою душу» («Ступени», В. Кандинский).

© Мартиросов А.В., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

К. Д. Меркурьева,
студентка кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

С. Ю. Кочеткова
канд.экон.наук, доцент кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ДВОЙСТВЕННОСТЬ ГРАЦИИ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖЕНСКОГО ОБРАЗА В ВЕЧЕРНЕМ НАРЯДЕ ПОД ВЛИЯНИЕМ АРХЕТИПОВ «БЕЛОГО И ЧЕРНОГО ЛЕБЕДЯ»

Статья посвящена исследованию возможностей современного вечернего наряда как средства репрезентации дуальной природы женской идентичности. На примере проекта в неоромантическом стиле, вдохновлённого архетипами белого и чёрного лебедя, анализируется, как конструктивные, колористические и фактурные решения могут транслировать одновременно эфемерность, силу и внутренний конфликт современной женщины. Вводится понятие «неоромантического диалога света и тени» как метода проектирования, где традиционная эстетика романтизма переосмысляется через призму противопоставлений.

Ключевые слова: дизайн вечерней одежды, неоромантизм, архетип, дуальность, белый лебедь, чёрный лебедь, семиотика костюма, трансформация женского образа.

Современная культура предъявляет к женщине разнообразные требования: быть уязвимой и несокрушимой, нежной и стойкой, тихой и яркой. Как точно подметил в своей теории аналитической психологии К.Г. Юнг, описывая внутреннюю полярность человека: «Противоречия могут разодрать меня, но могут меня и расширить». Вечерний наряд – пространство, где эта двойственность может быть не подавлена, а, напротив, подчеркнута и возведена в эстетический принцип. Особый интерес в этом контексте представляет архетипическая пара «белый – чёрный лебедь», ставшая в массовом сознании метафорой борьбы порядка и хаоса.

Цель данной статьи – обосновать художественно-проектную модель коллекции, где через средства неоромантического дизайна, воплощается идея «двойственной грации» – состояния, при котором женщина не выбирает между двумя полюсами, а удерживает их одновременно.

В аналитической психологии К.Г. Юнга лебедь часто трактуется как символ бессознательного, трансформации и скрытой страсти. Белый лебедь олицетворяет «Аниму» в её высшем, одухотворённом проявлении –

чистоту, вдохновение, ускользающую красоту. Сам Юнг описывал этот архетип, как переход в иную реальность: «Вместе с архетипом анимы мы вступаем в царство богов или, скорее, сферу, которую оставляет за собой метафизика. Все, к чему прикасается анима, становится нуминозным – безусловным, опасным, запретным, магическим». Чёрный лебедь, напротив, – это теневая сторона, творческая деструкция и власть. По Юнгу, «Тень является частью личности, а потому стремится жить в ней в той или иной форме», и встреча с ней неизбежна на пути к целостности, ведь «встреча с самим собой означает прежде всего встречу с собственной тенью» [1].

В истории европейского костюма эти два архетипа существовали раздельно: белый, струящийся силуэт отсылал к образу невесты или призрачной героини, а чёрный, графичный и облегающий – к роковой женщине. Однако в XXI веке жёсткое разделение утрачивает смысл.

Неоромантизм в моде – это не цитирование XIX века, а возвращение к его ключевым ценностям: интерес к иррациональному, культ индивидуального переживания, сложная эстетика увядания и преображения. В представленной коллекции неоромантизм становится способом принять противоречия. Дизайнстратегия строится на трёх уровнях оппозиций, которые Юнг называл основой всякого движения. Он утверждал: «Всякий процесс есть энергетический феномен, а энергия может порождаться лишь напряжённым единством противоположностей» [2]. Именно это «напряжённое единство» мы реализуем в коллекции через следующие дуальные пары:

1. Цвет и свет – не просто чёрный и белый, а сложные глубокие оттенки. Свет не статичен – он перетекает от одного изделия к другому.

2. Фактура и пластика – сопряжение воздушного кружево, символ эфемерности, дыхания, и тонкого шёлка, символ телесности, веса. В рамках коллекции нарядов могут сочетаться прозрачные и непрозрачные части, напоминая о том, что скрытое и явное сосуществуют.

3. Конструкция – асимметричные драпировки, падающие линии, трансформируемые детали. Крой следует за телом, но не порабощает его, mоставляя пространство для движения и дыхания.

Философия проекта опирается на понимание психики К.Г. Юнга, как полярной структуры: «Ничто не может существовать без своей противоположности: двое были одним в начале и вновь будут одним в конце. Сознание может существовать только через постоянное признание бессознательного» [2]. В дизайне вечернего платья эта идея находит выражение в нескольких ключевых приёмах.

Во-первых, через цветовую драматургию: коллекция строится не как монохромная история, а как динамическое поле напряжения между белым и чёрным. Отсутствие чистых, «абсолютных» тонов в пользу сложных оттенков создаёт эффект нестабильности – цвет словно находится в процессе самоотрицания и перехода в свою противоположность.

Во-вторых, через комбинирование прозрачных и непрозрачных, матовых и блестящих, текучих и фиксированных материалов. Эфемерность достигается за счёт лёгкости тканей и подвижности кроя, тогда как дуальность – через визуальные и тактильные контрасты внутри одного изделия.

В-третьих, через конструктивную асимметрию и принцип трансформации: один и тот же силуэт может быть прочитан по-разному в зависимости от ракурса, освещения или жеста. Платье перестаёт быть статичным объектом – оно буквально становится неким сценарием, где зритель каждый раз обнаруживает новую грань образа.

Неоромантический подход требует не простого смешения, а соединения противоположностей, где каждое свойство обретает смысл только в отношении к своей паре. Юнг в своем эссе «О психологии бессознательного» обосновывает этот принцип, необходимый для любого творческого акта: «Сознательный разум располагается наверху, тень – внизу; подобно тому, как высокое всегда mстремится к низкому, а горячее – к холодному, так и сознание ищет свою бессознательную противоположность, без которой оно обречено на стагнацию и очерствение. Жизнь порождают только искры противоположностей» [3]. Предложенная концепция вносит вклад в теорию дизайна костюма, развивая понятие «архетипического дуализма» как инструмента формообразования.

Практическая ценность работы заключается в создании методики проектирования вечернего платья, отвечающего на запрос современной женщины: не быть «или-или», а быть «и-и». Платье работает как олицетворение души позволяя проживать в течение одного вечера разные состояния – от мечтательной беззащитности до дерзкой силы.

Образ лебедя – белого и чёрного – оказался продуктивной метафорой для дизайна вечернего костюма в неоромантическом ключе. Двойственность грации, понятая не как конфликт, а как ресурс, позволяет создавать одежду, которая не маскирует женщину под социально одобряемую роль, а раскрывает сложность её внутреннего мира. Платье становится не просто вещью, а событием. В этом, возможно, и состоит этика и эстетика новой вечерней моды – не украшать, а обнажать подлинное.

Список использованных источников

1. Юнг, К. Г. Архетипы и коллективное бессознательное / К. Г. Юнг; пер. с нем. – Москва : АСТ, 2019. – 496 с.

2. Юнг, К. Г. Душа и миф. Шесть архетипов / К.Г. Юнг; пер. с нем. – Москва .: АСТ, 2019. – 400 с.

3. Юнг, К. Г. О психологии бессознательного / К. Г. Юнг; пер. с нем. – Москва : Канон+, 2019. – 320 с.

© Меркурьева К.Д., 2026
© Кочеткова С.Ю., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

М. Д. Михедина,
студентка
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета
г. Краснодар, РФ

А. Е. Валуева,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета
г. Краснодар, РФ

ОСНОВЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА: ПОНИМАНИЕ И ПРИМЕНЕНИЕ

В данной статье будет раскрыта тема основных концепций и принципов, лежащих в основе искусственного интеллекта, а также будет рассмотрена его классификация и практическое применение в современном мире. Целью данной статьи будет изучение возникновения искусственного интеллекта, изучение его сути, задач, а также введения его в повседневную жизнь людей. Главной задачей стал поиск и изучение истории возникновения искусственного интеллекта, история его развития, задачи и классификация.

Ключевые слова: искусственный интеллект, обработка данных, машинное обучение, решение задач.

Задумка создания искусственного подражания человеку для решения всевозможных задач появилась давно. Сформировался искусственный интеллект в 1956 году**.** Впервые искусственный интеллект был применен для шахматных игр. А. Ньюэлл, Дж. Шоу и Г. Саймон первые создатели таких программ [1]. К разработке этой идеи была привлечена группа голландских психологов, которые занимались изучением стратегий выдающихся шахматистов. Такая программа является первым достижением в области науки искусственного интеллекта. Позже А. Самюэл создал ряд специальных программ для игры в шашки, которая уже могла составить серьезную конкуренцию человеку. В 1960 году та же группа разработала программу GPS (General Problem Solver), являющуюся универсальным решением для многих задач. Эта программа была способна решать головоломки различной трудности, вычислять неопределённые интегралы и справляться с рядом других задач [1]. Достигнутые исследования привлекли внимание ученых в области вычислений и способствовали созданию программ для автоматизированного доказательства теорем и решения алгебраических задач. Первые же нейросети стали возникать в конце 50-х

годов. В 1957 году Ф. Розенблаттом была сделана попытка создать новую систему, которая подражала бы человеческому глазу и его координации с мозгом – персептрон [1].

«Искусственный интеллект» как термин был предложен в 1956 году. С английского «Intelligence» - означает «мыслить разумно». Разумное поведение человека, поведение животных, способы моделирования похожего поведения – изучением всех этих вопросов занимается искусственный интеллект [1]. Искусственный интеллект является междисциплинарной наукой, сочетая в себе одновременно науку и искусство, технику и психологию. Для создания инновационной системы необходимо привлекать специалистов из разных областей. В рамках искусственного интеллекта объединяются нейрофизиологи, психологи, экономисты, филологи, техники, программисты.

Исследование искусственного интеллекта охватывает широкий спектр научных дисциплин. Оно объединяет в себе как фундаментальные задачи, такие как обучение и восприятие, так и специализированные области, доказательство математических теорем, поэтическое творчество и медицинская диагностика.

Суть искусственного интеллекта заключается в систематизации и автоматизации интеллектуальных процессов. По этой причине данная область науки затрагивает все сферы человеческой интеллектуальной деятельности [2].

Искусственный интеллект, при условии правильного формирования запроса под те или иные задачи, может выполнить большое количество запросов человека. Искусственный разум может проводить классификацию и распознавание речи, образов, изображений, текста, музыки на основе определенных характеристик, которые ему задает человек [2]. Анализ и прогнозирование данных, событий на фоне каких-то известных фактов тоже доступны искусственному интеллекту. Кроме того, человек с помощью машины может автоматизировать обычные рутинные действия и процессы, облегчая себе работу. Рекомендации и персонализация информации стало уже частью жизни человека. Применение искусственного интеллекта приобретает все больший масштаб в жизни людей, почти в каждой сфере находится место для него. В медицине врачи благодаря машине могут более точно прогнозировать болезни, повышается точность диагностик. Пациенты через платформы записываются на прием в поликлинику. В сфере образования машины снижают нагрузку преподавателям и оптимизируют учебный процесс детей, например, онлайн-тестирование или регенерация заданий. В бизнесе тоже не обойтись без использования искусственного интеллекта: рассылка реклам, чат-сервисы для клиентов, анализ данных компаний, автозаполнение документов и многое другое. В финансовой сфере уже давно не обходятся без чат-ботов, виртуальных помощников, онлайн-идентификации, кредитного скоринга.

Выделяют несколько основных направлений в области исследования искусственного интеллекта. Одним из главных выделяют создание систем на основе проверенных знаний. Оно подразумевает под собой разработку новых моделей представления, основанных на определенных знаниях. Еще одно направление – это программное обеспечение систем [3]. В этом направлении создаются специальные языки для решения задач с упором на логические и вычислительные процедуры. Специальный язык – это символьная обработка информации, к ним же создаются пакеты с прикладными программами. Большой известностью пользуется разработка естественно-языковых интерфейсов – машинный перевод. Еще одно известное направление – это обучение и самообучение. Это методы, алгоритмы, модели направленные на автоматическое скопление информации и формирование знаний на основе обобщенных данных. Так же существуют такие направления в области искусственного интеллекта, как машинное творчество, эвристическое программирование, когнитивное моделирование, эволюционное моделирование и другие.

Выделяют следующие классификации искусственных систем: системы коммуникативных способностей, экспертные системы, обучающиеся системы, адаптивные системы.

Интеллектуальные базы данных выделяются среди стандартных баз данных своей способностью выделять информацию по определенному запросу пользователя, даже если она не хранится точно там, а выводится на основе существующих данных программы [4].

Естественно-языковой интерфейс представляет собой преобразование естественно-языковых конструкций в машинное представление базы знаний. Для этого требуется решить задачи морфологического, синтаксического и семантического анализа данных, а также соединение высказываний на естественном языке [4].

Гипертекстовые системы придуманы для осуществления поиска информации, по определенным словам, в текстовых базах данных. Умные гипертекстовые системы выделяются возможностью сложной организации ключевых слов, что помогает учитывать разные смысловые связи между терминами. В итоге, механизм поиска сначала взаимодействует с базой знаний ключевых слов, а затем уже с нужным текстом [4].

Системы контекстной помощи можно расценивать как подмножество разумных гипертекстовых и лингвистических систем. В отличие от простых систем поддержки программы, которые советуют пользователю определённый алгоритм поиска нужной информации, системы контекстной помощи предлагают другой подход. Пользователь формулирует описание своего запроса или ситуации, а система посредством интерактивного диалога уточняет её нюансы и самостоятельно осуществляет поиск соответствующих рекомендаций [5].

Системы когнитивной графики предоставляют пользователям

возможность взаимодействия с интеллектуальными информационными системами посредством визуальных представлений, формируемых в режиме реального времени на основе текущих событий. Данные системы находят широкое применение в областях мониторинга и управления оперативными процессами [6]. Графические образы, демонстрируя большое количество параметров исследуемой ситуации в простой и комплексной форме, способствуют более эффективному восприятию и анализу информации.

Экспертные системы разрабатываются для решения задач с использованием накопленной базы знаний, которая воспроизводит навык специалистов в конкретной области [6].

В статье были рассмотрены основы искусственного интеллекта, его основные концепции и задачи, а также разнообразие практических применений в жизни. Искусственный интеллект представляет собой динамично развивающуюся область науки, способную решать сложные задачи и автоматизировать процессы.

Список использованных источников

1. Интеллектуальные информационные системы : учебное пособие / А. А. Смагин, С. В. Липатова, А. С. Мельниченко. – Ульяновск : УлГУ, 2010. – 136 с.

2. Искусственный интеллект: понятия, задачи области, применение : научная статья / Чомаев Ш.У.-А., 2021.

3. Искусственный интеллект: какие задачи он выполняет / [Электронный ресурс]. – URL: https://autofaq.ai/blog/artificial_intelligence.

4. Классификация интеллектуальных информационных систем / [Электронный ресурс]. – URL: https://studizba.com/lectures/informatika-i-programmirovanie/evolyuciya-iskusstvennogo-intellekta/5139-klassifikaciya-intellektualnyh-informacionnyh-sistem.html.

5. Искусственный интеллект: какие задачи он выполняет / [Электронный ресурс]. – URL: https://autofaq.ai/blog/artificial_intelligence / (дата обращения 04.10.2024)

6. Основные направления исследований в области искусственного интеллекта : Белорусский государственный университет, 2012. / [Электронный ресурс]. – URL: https://studfile.net/preview/5626972/page:5/.

© Михедина М.Д., 2026
© Валуева А.Е., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

Е. В. Моргунова,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Н. Марченко,
д-р пед. наук, профессор, заведующая кафедрой дизайна,
компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

РОЛЬ ВЛИЯНИЯ НЕВЕРБАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ ФИРМЕННОМ СТИЛЕ БУТИК-ОТЕЛЕЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА ГОСТИНИЧНОГО БРЕНДА

В статье рассматриваются принципы разработки графической стилистики бутик-отелей, основанной на продуманном тематическом символизме, проводится анализ влияния невербальных графических компонентов носителей фирменного стиля на формирование целостного образа гостиничного бренда. Данная работа поможет выявить, как вышеперечисленные аспекты помогают выстроить структуру создания визуального языка гостиничных брендов, а именно бутик-отелей, и влияют на их восприятие потребителями.

Ключевые слова: невербальные компоненты, идейный символизм, тематические графические элементы, фирменный стиль бутик-отеля, визуально-графические компоненты, визуальный образ бутик-отеля, тематическая идея, гостиничный бренд, бутик-отель – как торговое предложение, графическая стилистика гостиничного бренда.

В условиях высокой конкуренции в гостиничном бизнесе бутик-отель должен представлять собой уникальное торговое предложение, обеспечивающее отстройку от конкурентов засчёт узнаваемого визуального образа, основанного на стилистической взаимосвязи грамотно разработанных графических элементов, пространственной среды, архитектуры здания и интерьера помещений. Компонентом «уникальности» в этом случае является *визуальный язык*, построенный на символических образах в рамках «легенды» гостиничного предприятия. Понимание этого аспекта необходимо для создания туристически привлекательного и запоминающегося имиджа бутик-отеля с учётом быстрой смены дизайн-тенденций.

Бутик-отели, как правило, ориентированы на конкретную целевую аудиторию гостей, сформированную в результате влияния на их предпочтения культурных и исторических аспектов, социального статуса,

желаемого образа жизни и интересов посетителей. Задачей настоящей статьи является определение, как именно тематические визуальные элементы и идейный символизм формируют целостное впечатление о бренде гостиничного предприятия. Дизайн в узнавании отеля играет важное значение, позволяющий формировать гармоничное пространство, новый опыт и впечатление [7].

В основе уникального торгового предложения бутик-отеля лежит тематическая идея, в дальнейшем позволяющая грамотно построить целостный образ гостиничного бренда. Детально продуманная история – легенда, формирует в глазах постояльцев «живой» образ места отдыха, привлекающий конкретную целевую аудиторию. *Создание легенды является первым звеном в цепочке отстройки бренда от конкурентов*. Образная идея бутик-отеля работает на выявленную в ходе предпроектного анализа категорию потребителей, продавая им отдых, закрывающий «болевые точки» (физические и психологические потребности, желания, предпочтения) целевой аудитории [1]. Для разработки эффективно работающей легенды гостиничного предприятия необходимо заранее определить потребности будущих постояльцев – сформировать детальный портрет потенциального гостя, его образ жизни, мировоззрение, ценности, интересы, увлечения. Важно предположить, как постоялец будет проводить время в номере и на территории бутик-отеля в целом, и, исходя из этого предложить идею отдыха, в полной мере соответствующую запросам и ожиданиям потребителя. Важно понимать, что при выборе бутик-отеля клиенты ориентируются на собственные представления, которые, как правило, уже существуют в голове «картинками» того, как будет выглядеть территория гостиничного комплекса, архитектура здания, интерьеры входной зоны, ресторана, номеров, в которых гости будут отдыхать. В основе всего этого лежит определённая цветовая гамма, текстуры, материалы и ключевые образы, сформированные медиапространством и культурной средой, в которой живёт потребитель. Соответственно, визуальный образ пространственной среды и архитектуры здания бутик-отеля (например, если это историческое здание) может служить основой для создания фирменного стиля. Но, если территориальный образ бутик-отеля в глазах постояльцев формируется за счёт визуального сочетания и соответствия легенде элементов архитектуры, интерьера и ландшафта, то все вышеперечисленные аспекты являются, непосредственно, физическими, материальными показателями места отдыха, впечатления от которых гости получают во время пребывания в отеле или благодаря фото- и видеоконтенту на сайте предприятия и в социальных сетях. Однако первичный образ бутик-отеля, как торгового предложения создаётся именно при помощи *визуально-графических (невербальных) компонентов*.

Для схематического изображения принципа создания визуального языка бутик-отеля, представим его в виде равнобедренного треугольника,

сформированного в результате прямой взаимосвязи трёх равнозначных компонентов – подгрупп визуальных составляющих стилистики бренда. В основе этого треугольника лежит тандем из территориально-пространственных компонентов стилистического образа бутик-отеля, отражающих «легенду» гостиничного бренда, которая, в свою очередь, выступает ядром формирования концептуальной идеи дизайн-проекта. На вершине логично разместить визуально-графические элементы, формирующие графическую стилистику фирменного стиля бутик-отеля в целом (рис.1).

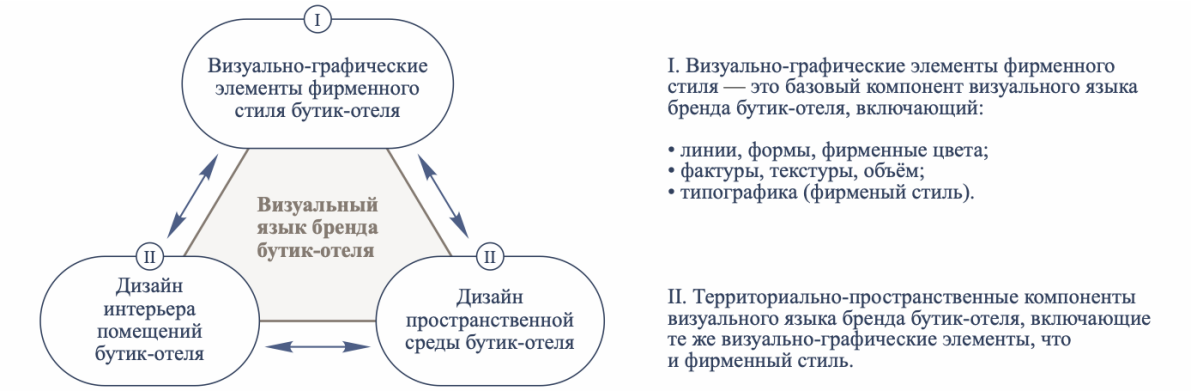


Рисунок 1 – Принцип создания визуального языка бутик-отеля путём взаимодействия основных подгрупп визуальных составляющих стилистики бутик-отеля

Важно понимать, что данная схема применима для дизайн-проектирования бутик-отеля и в условиях уже существующего здания (если бутик-отель расположен в историческом здании), и в случае комплексного дизайн-проектирования объекта совместно с архитекторами «с нуля» (когда здание бутик-отеля проектируется архитектурным бюро исходя из существующей концепции с привязкой к местности в рамках легенды бренда). Именно равнозначное взаимодействие трёх основных подгрупп визуальных составляющих стилистики бутик-отеля позволяет выстроить логичную, грамотно работающую на восприятие потребителя систему визуального языка гостиничного бренда в рамках заранее прописанной легенды. Понимая вышеперечисленные аспекты, можно создать продуманное, уникальное предложение гостиничного бренда, построенного с учётом встраивания графических элементов в пространственную среду отеля. Такой подход позволяет гостиничным предприятиям с небольшим номерным фондом полноценно функционировать на высоко-конкурентном рынке крупных гостиничных сетей [5].

В условиях современного рынка, где визуальный образ любого продукта или услуг распространяется преимущественно через таргетированную рекламу в интернете, важно грамотно использовать *графическую стилистику* бренда как ключевой метод привлечения

клиентов. Выделение графической стилистики как самостоятельного научного направления относят к концу 1930-х годов прошлого столетия, а термин «графическая стилистика» предложен Л. Г. Ведениной и означает «специальные средства воздействия на зрительное восприятие человека» [4]. К таким средствам относятся графические приёмы, воспроизведение которых в речи невозможно или ненужно, так как зрительного представления для корректного восприятия вполне достаточно [8]. Учитывая нынешние условия мгновенного восприятия первичной информации в современном медиапространстве, такой способ воздействия на потребителя становится более эффективным, чем устоявшаяся реклама гостиничных услуг, которой в интернете в избытке.

Стандартный визуальный образ гостиничного бренда производит на потенциального гостя впечатление безликости и требует от него больше времени на просмотр фото и видео с места отдыха, затем переход на сайт для полноценного ознакомления с предложением только для того, чтобы самостоятельно найти конкурентные преимущества рассматриваемого отеля. В качестве примера такого фирменного стиля можно рассмотреть печатную продукцию отеля «Комендантская дача» (рис. 2). Очень спокойные, нейтральные фирменные цвета, использованные в дизайне полиграфии отеля, стандартные формы визитки и конверта, графическое решение логотипа не обеспечивают отстройку от других гостиниц, предлагающих схожие услуги. С большой вероятностью бренд с таким фирменным стилем останется незамеченным среди рекламы конкурентов. В эпоху «быстрого контента» скучные изображения и труднодоступность или вовсе отсутствие оформленной для публикации в интернете ключевой рекламной информации (например, в виде визуально привлекательной и понятной карточки с перечнем услуг отеля) чаще всего игнорируется и пролистывается пользователями в новостной ленте.



Рисунок 2 – Носители фирменного стиля отеля «Комендантская дача»

Визуальный язык бренда гостиничного предприятия должен сразу «говорить» о своих услугах и уникальности. В этом аспекте у бутик-отелей уже есть конкурентное преимущество перед сетевыми гостиницами, так как в отличие от крупных отелей с установленным стандартизированным сервисом, бутик-отели продают не стандартное обслуживание, а уникальную атмосферу, поэтому их визуальный язык строится на камерности и эмоциональной связи с гостями [2]. Поэтому проживание в отеле, где нет «цепляющих» глаз так называемых point of interest («точек интереса»), может несколько разочаровать [7].Такого впечатления можно достичь с помощью тактильности фактур носителей фирменного стиля, гармонично взаимосвязанных тематических деталей и логически подходящей под общую идею отдыха рекламной продукции, сувениров и прочего.

Внедрение в дизайн интерьера бутик-отелей визуальных принципов графического дизайна, таких, как баланс и симметрия, контраст и акценты, форма, композиция, изображения и декоративная графика и др., помогает, как в структурной организации пространства, так и в подборе декора, текстур и узоров, где элементы графического дизайна придают интерьерам эстетическую гармонию, формируют правильное впечатление и нужную коммуникацию. Например, стиль ар-деко отличается выразительностью, строгой композиционной эстетикой, стремлением к симметрии и геометричности форм и линий, смелыми цветами. Опираясь на принципы ар-деко и возможности графического дизайна, уникальные графические элементы (логотипы, узоры на текстиле, графические панно) интегрируются в интерьер через картины, постеры, панно, позволяя организовать в интерьере элегантные акценты, соответствующие стилю ар-деко [6].

Среди графических приёмов в фирменном стиле бутик-отелей наиболее эффективно работающим представляется приём графической трансформации узуального слова, который целесообразно использовать на начальном этапе разработки шрифтовой части логотипа. Такой подход позволяет небанально представить название гостиничного бренда, логично соединив смысловую и визуальную составляющие. В результате чего получается окказиональное слово с удвоением смысла, что наглядно видно на примере названия загородного бутик-отеля семейного отдыха «Верховье». Целевая аудитория бренда – люди, увлекающиеся конным видом спорта и посещающие скачки в качестве зрителей. Название «Верховье» отражает два смысла: территориальное расположение бутик-отеля и его тематическую направленность – конный вид спорта (подразумевается езда верхом). Шрифтовая часть логотипа поддерживается фирменным знаком в виде силуэта коня, заключённого в букву «В». Также в других источниках выделяют такой термин, как супраграфемы, которые, в свою очередь, создаются путём изменения цвета и размера букв, варьирования шрифта, гарнитура и прочих элементов [8]. Приём

графической трансформации узуального слова хорошо работает в связке с товарным знаком в полной версии логотипа, задавая направление в графической стилистике визуального языка гостиничного бренда, что позволяет усилить и небанально преподнести смысл названия бутик-отеля, обеспечивая отстройку от конкурентов (рис. 3).



Рисунок 3 – Горизонтальная версия логотипа
загородного бутик-отеля «Верховье»

Анализ аналогов в сфере гостиничного бизнеса показал неэффективность типичной для гостиничных предприятий рекламы, преимущественно в формате видеороликов, которые воспринимаются пользователями скучными и слишком длинными, что приводит к игнорированию большей части контента, в котором обычно отражена история и философия бренда, представленная путём графической стилистики. В результате, часть потенциальных гостей незаинтересована в предлагаемых услугах [3]. Противоположный подход с подключением яркой, «агрессивной» рекламы, в основе которой лежат провокационные быстро сменяющиеся образы, в последнее время вызывают скорее негативную реакцию со стороны потребителей. Люди устали от типичного видеоряда с красивыми видами из окон номеров отеля, но, в то же время и агрессивный маркетинг уже не работает, так как и первым, и вторым вариантом современный рынок гостиничных услуг перенасыщен. В результате чего на сегодняшний день наблюдается возвращение интереса пользователей к текстовому представлению информации в социальных сетях и уникальной графической стилистике в фирменном стиле гостиничных брендов, в основе которой лежит понятный, лаконичный символизм.

Использование совокупности графических приёмов в дизайн-проектировании рекламной продукции бутик-отелей является действительно рабочим инструментом в построении целостного образа бренда в медиапространстве, что впоследствии способствует привлечению большого количества гостей из целевой аудитории (ЦА), а также снижает риск несоответствия ожиданий потребителей, сформированных с помощью визуальной рекламы, реальной картинке места отдыха. Исходя из этого, можно выстроить пошаговую структуру формирования визуального языка гостиничных брендов. Такая логическая цепочка наглядно показывает

этапы разработки концептуальной идеи с чётким позиционированием гостиничного предприятия. Данная схема чётко отражает роль влияния графической стилистики на каждый этап формирования целостного визуального образа бутик-отеля (рис. 4).



Рисунок 4 – Структура формирования визуального языка брендов бутик-отелей

По результатам проведённого исследования удалось выявить структуру создания визуального языка гостиничных брендов, а именно бутик-отелей, а также оценить влияние визуально-графических компонентов на целостное восприятие образа гостиничного предприятия потребителями. Разработку концептуального решения, на основе которого впоследствии строится графическая стилистика бутик-отеля, необходимо начинать с создания легенды бренда, которая, в свою очередь, играет роль стратегической истории в дизайн-проектировании бутик-отеля, как торгового предложения. В основе этой стратегии лежат следующие принципы:

1) уникальная концептуальная идея формируется на основе конкретных исходных данных, например, на связи с искусством или с какой-то определённой деятельностью; может быть привязана к местности, в результате чего, в качестве ключевой идеи легенды могут выступать локальные мифы, исторические события на территории предприятия, история здания бутик-отеля (если он располагается в историческом здании города); в качестве основной идеи бренда может также выступать конкретное «лицо» бренда, например, личность основателя гостиничного предприятия и т.п.;

2) привязка к территории бутик-отеля – графический дизайн должен органично перекликаться с географическим, культурным или историческим контекстом расположения объекта. Например, для отеля в историческом

особняке уместны классическая типографика и геральдические мотивы, а для эко-бутика на побережье – природные цвета и тактильная крафтовая бумага;

3) неразрывность во взаимодействии основных подгрупп визуальных составляющих стилистики бутик-отеля – недопустим разрыв между «цифровым», «печатным» образом и физическим пространством гостиничного бренда. Графический дизайн бутик-отелей является логическим продолжением интерьерных решений и наоборот;

4) индивидуальная типографика и фирменный стиль — ядром визуально-графических элементов фирменного стиля, прежде всего, является фирменный знак и логотип. Шрифтовая часть логотипа, в свою очередь, задаёт характер визуального языка бутик-отеля, а фирменный шрифты задают тон коммуникации с постояльцами, бизнес-партнёрами и пр. Поэтому использование индивидуально разработанных гарнитур или редких акцидентных шрифтов – важный компонент графического стиля бутик-отелей.

Подход к дизайн-проектированию бутик-отелей путём создания единого визуального языка позволяет продавать гостиничное предприятие на современном рынке сетевых гостиничных услуг, как индивидуальный бренд, создающий образ «нетиражируемости» в глазах потребителей. Цель такого подхода — продавать не «услуги отеля», а «уникальную атмосферу» продуманную до мелочей, ради которой гость будет возвращаться в конкретный бутик-отель и рекомендовать гостиничный бренд друзьям и знакомым. В результате выстроенная система разработки фирменного образа бутик-отеля закрывает задачу создания туристически привлекательного, уникального и запоминающегося имиджа бутик-отеля с учётом быстрой смены дизайн-тенденций.

Список использованных источников

1. Ажгихин, С. Г. Создание проектного образа в процессе разработки рекламных изображений // Преподаватель XXI век. – 2009. – №3–1. – С.127–131.

2. Алексушин, Г. В., Гагарина, Д. В. Формат бутик-отеля как средство мотивации клиента // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2021. – №11(63). – С. 284–288.

3. Архипова О.В. Технологические решения в гостиничном бизнесе как маркеры современной культуры // Вестник индустрии гостеприимства: научный сборник. Вып 4. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. – 98 с. – С. 72–75.

4. Веденина Л. Г. Стилистические возможности видеографической системы французского языка // Проблемы лингвистической стилистики. – Москва, 1969. – 80 с.

5. Зелезинский, А. Л., Архипова, О. В., Ходос, Д. В., Владыкина, Ю.О., Айдентика и брендинг гостиниц как фактор продвижения услуг

предприятий индустрии гостеприимства // Экономический вектор. – 2021. – №2(25). – С.63–70.

6. Кучеренко, М. С., Швецова, О. А. Графический дизайн в организации эстетики современного интерьерного пространства // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2025. – С. 228–246.

7. Кучеренко, М. С., Швецова, О. А. Искусство и декор в дизайне интерьера отеля // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: сборник научных трудов – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2024. – С. 174–188.

8. Сатарова, Л. И. Невербальные компоненты в печатной рекламе образовательных услуг // Международный научно-исследовательский журнал. – 2013. – №1(8). – С.71–73.

© Моргунова Е.В., 2026
© Марченко М.Н., 2026

УДК 659.1:796

С. М. Никуличева,
старший преподаватель
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ОСОБЕННОСТИ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ ЖЕНСКИХ СПОРТИВНЫХ КЛУБОВ

*Статья посвящена исследованию особенностей визуальной коммуникации женских спортивных клубов в современном медиапространстве. Рассматриваются ключевые элементы айдентики, включая логотип, цветовую палитру, типографику и цифровые визуальные практики. Особое внимание уделяется влиянию гендерных аспектов, а также различиям в подходах к формированию визуального образа в России и Европе. На основе сравнительного анализа выявлены доминирующие модели айдентики и их социокультурные особенности. Делается вывод о трансформации визуальной коммуникации женского спорта в сторону усиления идентичности и автономии бренда***.**

Ключевые слова: визуальная коммуникация, женский спорт, айдентика, бренд, графический дизайн, гендер, спортивный маркетинг фирменный стиль, спортивный дизайн.

Современный спорт представляет собой не только соревновательную деятельность, но и важный элемент медиакультуры, в котором визуальная коммуникация играет важную роль. В условиях цифровизации и популяризации здорового образа жизни, формирование визуальной идентичности спортивных клубов приобретает особую значимость. Женские спортивные коллективы стремятся выделиться по гендерному принципу, в связи с этим, актуальность исследования обусловлена необходимостью анализа специфики визуальной коммуникации женских спортивных клубов, учитывающей как маркетинговые задачи, так и социокультурные трансформации, связанные с изменением гендерных представлений. Целью статьи является выявление особенностей визуальной коммуникации женских спортивных клубов и проведение сравнительного анализа российских и европейских практик.

Визуальная коммуникация в спортивной среде представляет собой систему передачи информации и ценностей клуба графическими средствами. Она включает логотип, фирменные цвета, типографику, а также визуальный контент в цифровых и офлайн-каналах. Ключевые функции визуальной коммуникации: идентификационная, имиджевая, коммуникативная, коммерческая. В контексте женского спорта визуальная коммуникация также выполняет функцию репрезентации гендерной идентичности и способствует формированию новых социальных моделей.

Современные женские спортивные клубы функционируют в условиях изменения общественных представлений о роли женщины в спорте. Это отражается в трансформации визуального языка. Основные особенности: отказ от стереотипных «женственных» визуальных кодов; усиление образов силы, динамики и профессионализма; использование универсального или гендерно-нейтрального дизайна; активное развитие цифровой визуальной коммуникации. Таким образом, визуальная айдентика становится инструментом не только брендинга, но и социального высказывания.

В рамках исследования эмблемы женских спортивных клубов применялся сравнительный и визуально-аналитический подход, в соответствии с таблицей 1. Использованы методы контент-анализа, структурного и сравнительного анализа визуальных графических элементов. Критерии анализа: степень автономности айдентики; наличие гендерных маркеров; визуальная стилистика; уровень digital-адаптации; ценностные акценты.

Сравнительный анализ (Россия против Европы) показал, что российские клубы преимущественно используют интегрированную модель айдентики, в то время как европейские клубы демонстрируют большее разнообразие подходов. Российская практика характеризуется унификацией визуального языка, ориентацией на традицию, слабой выраженностью гендерной идентичности. Европейская практика отличается автономностью

брендов, вариативностью визуальных решений, акцентом на идентичности и ценностях.

Таблица 1 – Сравнительные характеристики эмблем женских спортивных клубов

Сравнительный анализ айдентики женских спортивных клубов

Клуб	Страна	Модель айдентики	Цветовая палитра	Гендерные маркеры	Особенности
ЖФК ЦСКА	Россия	Интегрированная	Красный, синий	Нет	Преемственность бренда
ЖФК Зенит	Россия	Интегрированная	Синий	Нет	Digital-ориентация
ЖФК Спартак	Россия	Интегрированная	Красный, белый	Нет	Классическая символика
ЖБК УГМК	Россия	Корпоративная	Оранжевый	Нет	Корпоративный стиль
Arsenal Women	Англия	Интегрированная	Красный, белый	Нет	Единый бренд
FC Como Women	Италия	Автономная	Чёрный, белый	Частично	Fashion-подход
Club YLA	Бельгия	Автономная	Чёрный, белый	Ослаблены	Социальная миссия



Рисунок 1 – Эмблема ЖФК ЦСКА Спартак



Рисунок 2 – Эмблема ЖФК Зенит



Рисунок 3 – Эмблема ЖФК Спартак



Рисунок 4 – Эмблема ЖФК УГМК



Рисунок 5 – Эмблема Arsenal Women



Рисунок 6 – Эмблема FC Como Women



Рисунок 7 – Эмблема YLA

В целом можно выделить две модели: институциональная (Россия); инновационно-идентификационная (Европа).

Полученные данные свидетельствуют о различиях в стадиях развития визуальной коммуникации женского спорта. Российская модель отражает

институциональную стабильность и зависимость от исторически сложившихся брендов, тогда как европейская демонстрирует стремление к автономии и поиску новых визуальных языков. Наблюдаемая тенденция к отказу от гендерных стереотипов в дизайне подтверждает влияние глобальных социокультурных процессов. Визуальная коммуникация становится не только инструментом маркетинга, но и средством формирования общественных ценностей, включая равенство и инклюзивность.

Визуальная коммуникация женских спортивных клубов находится в стадии активной трансформации. Российская модель ориентирована на интеграцию и традицию, тогда как европейская – на инновации и автономию. Развитие визуальной идентичности женских клубов способствует не только повышению их коммерческой привлекательности, но и формированию новых социальных и культурных практик.

Научная новизна исследования заключается в выявлении специфики визуальной коммуникации женских спортивных клубов через сравнительный анализ российских и европейских практик, а также в систематизации моделей айдентики.

Результаты исследования могут быть использованы: при разработке фирменного стиля спортивных организаций; в образовательных программах по дизайну и маркетингу; в практической деятельности дизайнеров и бренд-менеджеров.

Список использованных источников

1. Афанасьев, В. Н. Основы технической эстетики. – Москва : Высшая школа, 2019. – 224 с.

2. Величко, С. И. Дизайн в системе визуальной коммуникации. – СПб.: Питер, 2020. – 272 с.

3. Капферер, Ж.-Н. Бренд-менеджмент. Создание, управление и продвижение бренда. – Москва : Вильямс, 2022. – 464 с.

4. Колмановский, Ю. Ю. Эстетика массовой культуры: визуальная среда и идентичность. // Вестник культурологии. – 2021. – № 3. – С. 45–57.

5. Морозов, А. Д. Спортивный маркетинг и визуальная айдентика клубов. // Дизайн и культура. – 2022. – № 2 (14). —– С. 68–77.

6. Wheeler A. Designing Brand Identity. – Wiley, 2017. Garrett J. The Elements of User Experience. – 2011.

7. Лидвелл, У. Универсальные принципы дизайна. – СПб.: Питер, 2019.

8. Reilly, T. Designing for Sport: The Interface of Technology and Identity. – London: Bloomsbury, 2019.

© Никуличева С.М., 2026

В. М. Огирчук,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

С. Г. Ажгихин,
канд. пед. наук, профессор, профессор кафедры дизайна,
компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНЫХ МАРКЕРОВ НА ВОСПРИЯТИЕ ИНТЕРЬЕРНОГО ДИЗАЙНА

Данная статья посвящена исследованию механизмов воздействия культурных маркеров на психоэмоциональное и эстетическое восприятие современного дизайна интерьера. Актуальность работы обусловлена необходимостью учета этнокультурной идентичности в условиях глобализации проектной деятельности. Выявлены закономерности между дешифровкой знаково-символических элементов предметно-пространственной среды и субъективной оценкой комфорта представителями различных культурных групп. В работе применены методы компаративного анализа, семиотического декодирования и эмпирического опроса респондентов. Результаты демонстрируют, что культурные маркеры, выраженные через орнаментику, колористические решения и специфику формообразования, выступают ключевыми детерминантами доверия к пространству.

Ключевые слова: культура, культурный код, дизайн интерьера, семиотика восприятия пространства, эстетическое восприятия, этнокультурная идентичность

Культура представляет собой комплексную систему, интегрирующую материальные и духовные достижения человечества, накопленные за историю его развития, в повседневную жизнь. Она охватывает все аспекты человеческой жизнедеятельности – от практических методов ведения хозяйства и производственных технологий до высших проявлений творчества, этических норм и философского знания. Культура выступает не как статический перечень знаний и форм его проявления, а как динамичная развивающаяся среда, формирующая взгляды и зачастую нормы и модели действий индивида. С точки зрения культурной антропологии, культура – это совокупность социокультурных практик, передаваемых через механизмы социализации и инкультурации. Эти практики определяют

поведенческие модели, ценностные иерархии, представления о допустимом и недопустимом, прекрасном и утилитарном, сакральном и повседневном. В данном контексте особое значение приобретает исследование культуры как системы знаков, поскольку именно через символические формы человек осваивает окружающий мир, закрепляет социальный опыт и транслирует его последующим поколениям.

Культурное наследие этноса представляет собой уникальную информационную структуру, представляемую в форме языка, фольклора, устоявшихся обрядах, религиозных представлениях и национальных традиций, которые транслируются от поколения к поколению, сохраняя самобытность общества в период глобализации. Через призму родной культуры человек осваивает фундаментальные жизненные ценности, морально-этические нормы и эстетические идеалы, унаследованные от предков. Именно культурное наследие влияет на формирование маркеров отличающих представителей одного этноса, формируя их менталитет и мировоззрение.

В терминах этнологии и культурной семиотики культурный код функционирует как система культурных маркеров и символических значений, позволяющих распознать определенную культурную идентичность. Культурный код проявляется не только в вербальных системах коммуникации, мифологии, обрядах и художественных текстах, но и в организации материально-пространственной среды. Интерьер в данном случае выступает одним из значимых носителей культурной информации, поскольку в нём соединяются утилитарные, эстетические, символические и коммуникативные функции.

Воздействие культуры на повседневную жизнь человека носит системообразующий характер, выступая в роли негласного регулятора межличностных отношений, восприятия интерьера и поведенческих паттернов. Культурные нормы регламентируют поведенческие и этические нормы, модели общения в различных социальных кругах, представление о престижном образе жизни, профессиональном росте и распределение социальных ролей. Создавая систему ценностных ориентиров, культура обеспечивает связь времен, позволяя индивиду ощущать свою принадлежность к общности, что служит источником мотивации, внутренней стабильности и эмоционального комфорта. В сфере дизайна интерьера культурный код может быть выражен через композиционную структуру пространства, выбор материалов, цветовую палитру, орнаментальные мотивы, декоративные элементы, предметы быта, освещение, фактуру поверхностей, принципы зонирования и сценарии использования помещения. Традиционная культура, будучи включенной в современную проектную практику, не должна восприниматься исключительно как источник внешнего декора. Её значение значительно глубже: оно задаёт систему смыслов, формирует эмоциональную атмосферу

пространства и обеспечивает связь человека с исторической памятью, родовой идентичностью и локальным контекстом.

Особую актуальность данная проблема приобретает в условиях глобализации, когда интерьерная среда зачастую формируется под влиянием универсальных визуальных шаблонов, коммерческих тенденций и стандартизированных решений. Распространение типовых интерьерных образов приводит к снижению выразительности локальных культурных особенностей и постепенной утрате семантической насыщенности предметно-пространственной среды. Обращение к этнокультурному наследию становится не только художественным приемом, но и важным инструментом сохранения культурной идентичности. Следует отметить, что современный интерьер, основанный на переосмыслении традиционных культурных кодов, не предполагает полного копирования исторических форм. Механическое воспроизведение орнаментов, предметов быта или декоративных элементов без понимания их семантики может привести к поверхностной стилизации и утрате подлинной культурной идентичности. Научно обоснованный подход к интеграции этнокультурных мотивов в дизайне интерьера требует анализа происхождения символов, их функциональных особенностей, исторического контекста, композиционной логики и связи с образом жизни определенного этноса.

В современной проектной деятельности обращение к культурному наследию возможно на нескольких уровнях. Первый уровень связан с использованием визуально узнаваемых элементов: орнамента, национальных цветовых решений, традиционных фактур, ремесленных изделий и декоративные элементы. Второй уровень предполагает более глубокую работу с принципами формообразования, характерными для определенной культуры, включая ритм, симметрию, модульность, пропорциональные решения и композиционную иерархию. Третий уровень ориентирован на реконструкцию пространственных сценариев, то есть на создание такой интерьерной среды, которая учитывает традиционные модели поведения, коммуникации, отдыха, семейного взаимодействия и ритуализированных действий.

Наиболее продуктивным для современного дизайна интерьера является не прямое воспроизведение традиций, а её интерпретация с учетом актуальных, функциональных, эстетических и технологических требований. Интерьерное пространство служит наглядным отражением культурной идентичности, выступая образом культурного духа. Подход к организации жилого пространства в разных культурах формируется под воздействием природно-климатических условий, особенностей региона, религиозных устоев и исторически сложившихся особенностей. Культура определяет эстетические предпочтения аудитории: то, что считае
тся красивым и гармоничным в одной культурной среде, может восприним
аться иначе в другой. Например, минимализм и сдержанность скандинавск

ого стиля высоко ценятся в Северной Европе, тогда как яркость, насыщенн ость цветов и обилие декоративных элементов воспринимаются как призна к гостеприимства и изобилия в странах Латинской Америки или Ближнего Востока. Японская эстетика строится на принципах минимализма и созерцательности: открытые планировки, зонирование перегородками из полупрозрачных материалов или за счет поднятия уровня пола, натуральные материалы, функциональность каждого предмета. В японском дизайне интерьера отчетливо прослеживаются принципы ваби-саби (эстетика несовершенства и мимолетности) и ма (осмысленная пустота как художественный прием).

Традиционные узоры, мотивы и знаки, интегрированные в интерьер, например, грузинсие орнаменты, японские иероглифы, арабская вязь), вызывают у посетителей определенные культурные ассоциации. Для представителей соответствующей культуры это создаёт ощущение близости и узнаваемости, а для инстранцев атмосферу экзотики и погружения в другую традицию. При этом важно использовать символы корректно и осмысленно: неуместное или поверхностное применение может вызвать отторжение или быть вопринято как стереотип. В контексте восточного дизайна интерьера орнамент выступает не как декор, а семиотическим знаком, трналирующим социальный статусч и родовую принадлежность.

Таким образом, дизайн интерьера выходит за рамки трендов, становясь инструментом воздействия на индивида, передавая глубинные культурные ценности и адаптацию среды под менталитет народа. Влияние культуры на формирование интерьерного пространства реализуется через ряд основополагающих факторов: природно-климатические условия, которые во многом определяют подбор материалов, для создания интерьера, религиозные и философские доктрины, задающие символику и степень лаконичности или декоративности, социальные традиции, диктующие принципы зонирования интерьера и историческое наследие, сохраняющее уникальные ремесленные техники и цветовую символику культуры.

Список использованных источников

1. Архипова, Т. Н., Абрамова, Ж. А., Немченкова, М. Д., Архипов, А.Б. Психология цвета в дизайне интерьера // Социально-гуманитарные технологии. – 2019. – № 1(9). – С. 41–46.

2. Будаговская, А.Ю. Влияние цвета и форм в интерьере на психологическое состояние человека // Молодежный вестник ИрГТУ. – 2024. – Т. 14, № 2. – С. 237–241.

3. Ван, Ж. Психологические эффекты цвета и света в дизайне интерьера // Актуальные вопросы науки и практики. – 2023. – С. 140–145.

4. Гуревич, П. С. Философия культуры: учеб. для высш. шк. – Москва : Nota bene, 2021. – 352 с.

5. Иконникова, С. Н. История культурологических теорий. – СПб.: Искусство-СПб, 2024. – 474 с.

© Огирчук В.М., 2026
© Ажгихин С.Г., 2026

В. М. Огирчук,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

С. Г. Ажгихин,
канд. пед. наук, профессор, профессор кафедры дизайна,
компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕСТОРАННОГО ПРОСТРАНСТВА

В статье описываются основные правила дизайн-проектирования интерьера ресторанного пространства.

Ключевые слова: ресторан, дизайн-проектирование ресторана, ресторанное пространство, дизайн интерьера.

Дизайн интерьера ресторана имеет огромное значение для его восприятия посетителями. Дизайн ресторана напрямую влияет на то, сколько закажет посетитель и как долго он задержится. Чем больше комфорта он испытывает, тем дольше и чаще будет посещать данное заведение. Интерьер влияет на формирование первого впечатления, повышение времени пребывания и среднего чека, что напрямую связано с прибылью ресторана. В наше время фотогеничность ресторана очень важна. Чем эстетичней интерьер, тем чаще его будут выставлять в социальные сети, что повысит узнаваемость бренда и ресторана.

При проектировании интерьера главными факторами являются понимание аудитории, зонирование, логика передвижения персонала и удобства гостей. Пространство должно быть целостным, без визуальных конфликтов, особенно важно внимание к деталям на этапе планировки.

Зонирование – это разделение пространства на функциональные зоны с учетом потребностей персонала и посетителей. Эргономика пространства − основа проектирования любого помещения. Основные эргономические

параметры интерьера ресторана: расстояния между столами для ресторанов около 100-120 см, минимальный проход между стульями 60 см, главный проход для персонала и гостей должен составлять от 120 до 150 см, боковые проходы в ресторане 60-90 см, расстояние от стены до стола 75 см, ширина прохода от барной стойки до столов должна составлять 120 см. Зонирование должно учитывать не только удобство гостей, но и логику передвижения персонала. Узкие проходы и хаотичная расстановка мебели приводят к неудобству, задержке и столкновениям. Хорошая планировка предполагает прямые маршруты от кухни и бара к столам без лишних маневров. Входная зона предполагает размещение хостес, гардероба и зоны ожидания. Основной вход и коридор должны составлять минимум 150 см, чтобы люди не создавали пробок. Столы нельзя размещать в непосредственной близости от выхода, это создает дискомфорт для посетителей. Диваны и низкие столики, для расслабленной атмосферы, размещаются у окна или на втором уровне зала, такой вариант подходит для кафе и кофеен, для ресторанов характерна более деловая атмосфера. Проходы к санузлам, гардеробу и аварийным выходам не должны пересекаться с маршрутами персонала. Для ресторанов площадью от 100 м^2, для них есть общие требования, такие как в центральной зоне расположена 4-5 столов на 4 места, у окна 2-3 стола с 2 посадочными местами, боковую зону оформить диванами и мягкими креслами со столами на 6 посадочных мест.

Перед дизайн-проектированием интерьера ресторана важно учитывать несколько факторов: территориальное расположение ресторана, предполагаемую стилистику и кухню заведения, площадь ресторана. Зная, все факторы можно составить грамотное планировочное решение, которое поможет привлечь аудиторию.

Список использованных источников

1. Калайда С.В., Ажгихин С.Г. Влияние дизайна интерьера на снижение стресса // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник науч. трудов. – Краснодар : Кубан. гос. ун-т. – 2025. – С. 154-158

2. Трубоба В.В., Ажгихин С.Г. Основные этапы дизайн-проектирования интерьера // Дизайн-образование: проблемы и перспективы : сборник науч. трудов. – Краснодар : Кубан. гос. ун-т. 2016. – С. 346-350.

3. Ажгихин С.Г., Марченко М.Н. Типы принятия решений в процессе проектной деятельности // 21 century: fundamental science and technology. Vol.2. North Charleston. – 2014. – С. 86-89.

4. Марченко М.Н. Влияние дизайнерской деятельности на развитие способностей обучающихся к творчеству // Международный журнал экспериментального образования. – 2013. – № 11 (13). – С. 201-203.

© Огирчук В.М., 2026
© Ажгихин С.Г., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

В. М. Огирчук,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

О. А. Швецова,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ОСВЕТИТЕЛЬНЫЕ ПРИБОРЫ В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬРА МАЛОГАБАРИТНОЙ КВАРТИРЫ

В статье описываются особенности выбора и основные принципы размещения осветительного оборудования для малогабаритных квартир. Анализируются дизайнерские решения и современные технологии, позволяющие использовать освещение для визуального расширения пространства и создание комфортной среды. Приводятся практические рекомендации по подбору осветительного оборудования для малогабаритных квартир.

Ключевые слова: свет, малогабаритные квартиры, осветительное оборудование, планирование света

В городах отмечается высокий рост доли малогабаритного жилья, освещение в помещениях такого типа одна из главных задач дизайн-проектирования. При проектировании малогабаритных квартир, люди сталкиваются с рядом проблем, связанных с осветительным оборудованием: освещение узкого пространства, совмещение двух зон в одной комнате или недостаток естественного света.

Освещение является главным инструментом при создании уюта в помещении. Освещение – это способ грамотно подчеркнуть интерьерные решения, и важный инструмент для зонирования пространства. Свет в помещениях делится на несколько видов.

а) етественное освещение, оно зависит от географического расположения, ориентации здания, расстояние здания от затемняющих объектов и т.д.;

б) искусственное освещение создается с помощью осветительных приборов (лампы, светильники, светодиодные ленты). Главная задача – обеспечить качественное и равномерное освещение помещений, когда нет естественного освещения.

Виды искусственного освещения:

– *общее*, создает базовый уровень света во всем помещении (трековые светильники, световые линии, люстры и т.д.);

– *местное*, располагается в определенных зонах, подсвечивая конкретные зоны или объекты (настольные лампы, светодиодные ленты, бра и т.д.);

– *рабочее*, обеспечивает подсветку конкретных рабочих поверхностей;

– *декоративное*, используется для создания эстетического эффекта.

Виды освещения по направлению светового потока:

– *направленное* (прямое), источник света направлен на конкретную поверхность или объект;

– *непрямое* (отраженное), световой поток направлен на потолок или пол, от которых отражается свет и освещает помещение;

– *рассеянное*, свет проходит через полупрозрачный или матовый плафон и рассеивается по помещению;

– *смешанное*, получается при совмещении нескольких видов искусственного освещения;

При непродуманной планировке осветительного оборудования есть риск испортить дизайн интерьера помещения. Каждое помещение делится на зоны: зона кухни, обеденная зона, зона спальни, зона отдыха, рабочая зона, зона хранения, входная зона, минимум зон, которые должны быть в помещении.

Освещение в кухонной зоне должно быть много, так как недостаток освещения приведет не только к неудобству при готовке, но и к травмам во время привычных действий. Для расчета освещенности кухни, нужно учитывать площадь помещения. Для кухни площадью 10 м^2 требуется минимум 3000 люмен, 15 м^2 – 4500 люмен, для кухонь от 20 м^2 требуется от 6000 люмен. Чтобы рассчитать точное количество люмен, нужно площадь помещения умножить норму освещенности (в данном случае 300), например, комната 2,1/3,3 м, площадь составит 6,93 м^2, 6,93 × 200 = 2079 люмен. При данном расчете, если площадь помещения 7 м^2 – нормальная освещенность будет от 2000 люмен.

Помещение	Необходимая мощность на 1 м^2			
	Люмены	Вт (люминесцентная лампа)	Вт (светодиодная лампа)	Вт (лампа накаливания)
Кухня	300	10	4	40
Спальня	150	5	2	20
Гостиная	250	7	4	20
Ванная комната	250	7	4	20
Коридор	120	5	2	20

Для грамотного выстраивания освещения в кухне, важно продумать несколько сценариев. Первое, обязательно провести подсветку рабочей зоны, это поможет создать комфортную среду для приготовления пищи. Для подсветки в кухне лучше всего взять профиль с рассеивателем и светодиодную ленту, с цветовой температурой – 4000 кельвинов, 150–300 лк, профиль может быть встроенным или накладным, идеальный вариант сделать светодиодную ленту, прикрепленную примерно на середине верхних кухонных шкафов, это даст более широкую освещенность рабочей зоны. Основное освещение может быть как трековым, точечными светильниками, световыми линиями или современные люстры с высоким световым потоком. В кухне для основного освещения предпочтительно использовать от 3500К-4000К. Для вечерних встреч, нужно предусмотреть подсветку обеденной зоны, например, акцентным подвесным светильником, с направленным световым потоком, расстояние от стола до светильника должно быть не менее 70–80 см, от пола 140–150 см, рекомендуемая освещенность для обеденной зоны 200-400 люкс.

Для освещения рабочей зоны яркий, холодный свет, который настраивает на рабочую атмосферу. Важно, чтобы свет в рабочей зоне не зависел от основного освещения. В рабочей зоне необходимо использовать свет от 5000К-6000К, что не подходит для основного освещения.

В зоне спальни, создать уют поможет дополнительное освещение, подсветка изголовья кровати или бра над прикроватными тумбочками. В спальне рекомендовано использовать теплый свет от 2700К, лучше избегать яркого освещения, это может нарушить атмосферу отдыха и комфорта.

Освещение ванной комнаты важный этап проектирования пространства, важно не только правильно выбрать осветительное оборудование, но и продумать все варианты освещения, например, может получится что штора в ванной закрывает светильник. Так как, ванная комната – это помещение повышенной влажности, то следует подбирать световые приборы в соответствии с их техническими характеристиками [4]. Осветительное оборудование для ванных комнат обязательно должно быть с маркировкой IP 50 или IP 75, это позволит защитить светильник от воздействия пара и воды. В ванной комнате не рекомендуется использовать стандартные трековые системы, они визуально уменьшают высоту потолка, такая система на жестких треках с напряжением 220В, опасна при контакте с влагой.

Освещение узкого коридора должно включать в себя не только основное яркое освещение, но также дополнительное, например, подсветка по периметру коридора и освещение зоны для обуви. Уместным будет использование подсветки вокруг зеркал и локальных источников света – бра, настенных светильников [4].

Важными факторами при выборе осветительного оборудования, является высота потолков, наличие дополнительных функций, таких как

подключение к смартфону или регулирование теплоты освещения. Высота потолков является главным критерием при подборе осветительного оборудования. Если высота составляет от 2,5-2,7 м, то при выборе люстры лучше отдать предпочтение небольшим светильникам, при большой люстре высота потолка значительно уменьшится, и сделает комнату визуально гораздо ниже.

Подводя итоги, можно сказать, что освещение в малогабаритных квартирах играет главную роль. При планировании осветительных сценариев нужно изучить основные критерии осветительного оборудования и его применение, учесть высоту потолков и сценарии поведения в конкретных зонах помещений.

Список использованных источников

1. Лаптева Е.А., Марченко М.Н. Методы визуального преобразования пространства с помощью света // Наукосфера. – 2023 – С. 19-22

2. Ажгихин С.Г., Марченко М.Н. Типы принятия решений в процессе проектной деятельности // 21 век: фундаментальная наука и технологии Материалы V международной научно-практической конференции. – 2014. – С. 86–88.

3. Головнева, М. Д. Соотношение красоты и практичности в дизайне интерьера / М. Д. Головнева, М. Н. Марченко // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2022.

4. Кучеренко, М. С. Виды освещения и его функции в жилом интерьере / М. С. Кучеренко // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2017. – С. 264–275.

5. Паршина Е.С., Ажгихин С.Г. Световой дизайн: три главных принципа // Дизайн-образование: проблемы и перспективы : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2016. – С. 298–302.

6. Филина Е.М., Марченко М.Н. Социальное значение дизайна // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2017. – С. 485-491.

© Огирчук В.М., 2026
© Швецова О.А., 2026

К. С. Остапенко,
студентка
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Н. Марченко,
д-р пед. наук, профессор, заведующая кафедрой дизайна,
компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ЭРГОНОМИКА В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРА ШКОЛЬНОГО ГАРДЕРОБА

В статье исследуются эргономические требования и современные подходы к формированию комфортной, безопасной и функциональной среды школьного гардероба как важного элемента образовательного пространства. Рассматриваются основные антропометрические, физиологические и психологические требования к организации зон хранения, переодевания и движения учащихся, а также влияние цветовых, акустических и технологических решений на эффективность использования гардеробной зоны в условиях ежедневных пиковых нагрузок.

Ключевые слова: эргономика, школьный гардероб, дизайн интерьера, антропометрия, безопасность, организация пространства, зонирование, образовательное пространство.

Актуальность исследования обусловлено тем, что все больше внимания уделяется организации комфортной, безопасной и эргономичной образовательной среды в школах, интерес и потребность в таких современных проектах только возрастает. Также отмечается рост числа исследований, подтверждающих связь между качеством организации вспомогательных пространств и общей эффективностью образовательного процесса, что делает разработку дизайна для школьного гардероба особенно актуальной задачей.

В последнее время в России уделяется особое внимание модернизации школьной инфраструктуры в рамках Федерального общественно значимого просветительского проекта «Школа мечты», направленного на создание современной, безопасной и комфортной образовательной среды. Данная программа предполагает не только капитальный ремонт, но и переосмысление подходов к организации всех школьных пространств – от учебных кабинетов до вспомогательных помещений.

Однако, как показывает анализ реализованных проектов и

нормативной документации, основное внимание уделяется классам, библиотекам, спортивным залам, тогда как гардеробная зона, являющаяся первым пространством, с которым сталкивается учащийся при входе в школу, часто остается недоработанным, что приводит к ежедневным стрессовым ситуациям, потерям времени, травматизму и снижению общей эффективности образовательного процесса.

В настоящее время в практике дизайн-проектирования интерьера школьных гардеробных зон существует ряд нерешенных проблем:

– отсутствие учета антропометрических данных детей разных возрастных групп;

– недостаточная проработка эргономики зон переодевания – типовые решения зачастую представлены единичными скамьями, не рассчитанными на пиковую нагрузку;

– отсутствие четкого зонирования и навигации приводит к пересечению встречных потоков учащихся, столкновениям и потерям времени в утренние часы;

– гардеробные редко оснащаются элементами для маломобильных детей.

Совокупность перечисленных проблем определяет необходимость комплексного эргономического подхода к разработке дизайна интерьера школьных гардеробных зон. Современный гардероб в школе должен не только выполнять свои первостепенные функции, но и отвечать СанПиН, а также учитывать актуальные принципы организации образовательной среды.

Разделение раздевалок в школе по возрастам – это отличный способ распределить потоки учеников в час пик, минимизировать загрязнения и избежать травматизма при переодевании.

Современный школьный гардероб должен быть размещен рядом с главным входом, в нем необходимо выделить разные зоны для младших, средних и старших классов. В каждой зоне следует оборудовать свою ячейку для каждого класса для переодевания. Площадь гардероба на одного обучающегося – 0,15 квадратных метра [1].

Анализ возрастной динамики размерных признаков детей показывает, что средняя высота подъема руки у учащихся 1-4 классов составляет 140-150 см, у 5-9 классов – 160-175 см, у 10-11 классов – 180-195 см.

На основе этих данных зонирование гардеробного пространства по высоте должно быть дифференцированным:

– нижний ярус (до 80 см) – для хранения обуви;

– средний ярус (80-160 см) – для верхней одежды и аксессуаров;

– верхний ярус (выше 160 см) – для сезонных или редко используемых предметов.

Для младших школьников рекомендуется оборудование индивидуальных ячеек на высоте 90-120 см, что соответствует уровню

комфортного доступа без необходимости вставать на носки или тянуться вверх [1 ; 2].

Особого внимания заслуживает эргономика зоны переодевания – скамьи и места для смены обуви. Исследования статического соответствия показывают, что высота сиденья должна составлять 35-45 см, глубина – 35-40 см, что обеспечивает комфортное положение стоп на полу для детей младшего и среднего возраста. Для учащихся старших классов рекомендуется высота 40-48 см. Важным эргономическим требованием является наличие опоры для спины или возможность облокачиваться на стену, а также достаточное расстояние между соседними местами (не менее 60 см) для свободы движений при переодевании [3].

Динамические аспекты эргономики при дизайн-проектировании гардероба связаны с необходимостью обеспечения свободы движений при снятии и надевании верхней одежды. Как показывают исследования в области эргономики плечевой одежды, при совершении типичных движений (подъем рук вверх, наклоны, повороты корпуса) размерные признаки тела человека получают динамические приросты от 3 до 12 см. в различных зонах. При дизайн-проектировании гардеробного пространства это означает необходимость предусматривать зоны свободного маневрирования перед шкафчиками и скамьями, обеспечивающие возможность полного размаха рук (не менее 80-100 см. свободного пространства перед пользователем) [3].

Рекомендуемое расположение вешалок и крючков:

– расстояние между стойками в школьном гардеробе должно быть не менее 1,5 метра;

– расстояние от торцов стоек до противоположной стены – не менее 2 метров;

– расстояние между торцами двух параллельно стоящих стоек – не менее 3 метров;

– на 1 метр стойки должно быть не более 10 крючков для одежды школьников и 7 для педагогов;

– глубина встроенных шкафов/сушильных должна быть не менее 0,45 метра, высота – не менее 1,6 метра.

Согласно указу № 804 Министерства просвещения Российской Федерации от 6 сентября 2022 года, школьный гардероб должен быть оснащен стойками с вешалками или крючками для одежды, ячейками или полками для обуви, скамейками, пуфами или другой мягкой мебелью для переобувания, большим зеркалом [5].

Отдельные требования предъявляют к оборудованию для школьников с особенностями развития. Так, если в школе обучаются дети с нарушениями ОДА, учреждению рекомендовано оснастить гардероб следующим дополнительным инвентарем: скамейкой для детей с нарушениями опорно-двигательного аппарата; единичными опорными

поручнями; кнопкой вызова помощи; алюминиевыми полосой и углом с резиновой вставкой; наклеивающейся противоскользящей полосой; противоскользящим покрытием самоклеящейся полосой [7].

Поскольку гардероб – это место с повышенной проходимостью, то здесь особенно важно использовать износостойкие материалы, которые легко поддерживаются в чистоте. Для безопасности особенно важно, чтобы покрытие было противоскользящим и легко моющимся: мокрое время года, детские игры, неудачная обувь — всё это может служить источником опасности, предотвратить которую может хорошее напольное покрытие.

Все используемые в интерьере школы материалы проходят строгий отбор по критериям экологической безопасности, пожарной устойчивости и соответствия санитарно-гигиеническим нормам, что гарантирует создание здоровой и комфортной образовательной среды для учащихся и педагогов.

Цветоэргономические решения в интерьере гардероба направлены на оптимизацию навигации и создание комфортной психоэмоциональной среды. Рекомендуется использование цветового кодирования зон по возрастным группам или классам, что снижает когнитивную нагрузку на учащихся в утренние часы пик. Основные поверхности должны быть выполнены в светлых нейтральных тонах, обеспечивающих достаточную освещенность при минимальном энергопотреблении, а акцентные элементы – в цветах школьной идентичности [6].

Мебель и оборудование для школьных интерьеров изготавливаются из прочных и безопасных материалов, соответствующих возрастным особенностям учащихся. Каркасы выполняются из устойчивых металлических профилей с защитным покрытием, обеспечивающим долговечность конструкций. Рабочие поверхности и элементы мебели производятся из экологичных материалов с повышенной износостойкостью, устойчивых к повреждениям и простых в уходе [8].

В качестве инноваций, возможно внедрение трансформируемых модульных конструкций – шкафчиков, которые меняют конфигурацию в зависимости от сезона: зимой возможно увеличение количества ячеек-мест для хранения верхней одежды, весной место освобождается для хранения сменной и спортивной обуви.

Кроме этого в дизайне модульной системы, где присутствует сочетание зоны для хранения вещей – это крючки для верхней одежды, а также полки для хранения обуви учеников, возможно размещение боковых планок, для того чтобы в холодное время года визуальный шум из-за верхней одежды значительно уменьшался в школьном гардеробе. В результате появляется дополнительная поверхность, которая может быть оформлена вкладышем для разделения вешалок по классам, а также памятками–правилами поведения в гардеробе, выполняющие важную функцию в пространстве: обеспечивают безопасность, предотвращают травмоопасные ситуации, оптимизируют пространство, регламентируют

порядок, приучают к дисциплине.

Акустическая эргономика гардеробной зоны является часто недооцениваемым аспектом дизайн проектирования. Уровень шума в неорганизованном пространстве может достигать 75-80 дБ, что создает стрессовую ситуацию в начале учебного дня. Использование звукопоглощающих материалов (акустические панели, мягкие поверхности, текстильные элементы) позволяет снизить уровень шума до комфортных 45-50 дБ. Особое значение это приобретает в гардеробах, примыкающих к учебным классам или рекреационным зонам [9].

Для поддержания экологического уровня возможно использование акустических панелей из переработанного пластика с объемной текстурой (волны, соты, пиксели и др.), которые будут одновременно снижать шум в гардеробе и служить декоративным элементом.

Безопасность эргономичного дизайна реализуется через исключение травмоопасных элементов: закругление углов мебельных конструкций, использование нескользящих напольных покрытий, исключение выступающих элементов на уровне роста детей. При проектировании путей движения следует избегать резких перепадов высот, порогов и узких мест, способных спровоцировать столкновения и падения в часы максимальной нагрузки [8].

Считаем целесообразным внедрить использование декоративных панелей со встроенным размещением осветительного оборудования, защитных экранов для радиаторов, что повысит долговечность разработанного дизайна и снизит возможность возникновения травмоопасных ситуаций.

Технологическая эргономика предполагает внедрение современных решений, упрощающих использование гардероба: электронные или магнитные замки на шкафчиках (с возможностью открывания картой или браслетом), системы автоматического освещения с датчиками движения, информационные табло с указанием свободных ячеек. Такие решения не только повышают удобство, но и формируют у учащихся навыки взаимодействия с современной технологической средой.

Возможно внедрение автоматизированной выдачи сменной обуви – по аналогии с капсульными отелями. Ученик сканирует карту, и из ячейки автоматически выдвигается полка с его сменной обувью, что исключает очереди и потери времени.

В заключение можно утверждать, что эргономический подход к проектированию школьного гардероба способен значительно изменить современные представления об организации вспомогательных школьных пространств, открывая как новые возможности для повышения комфорта учащихся, так и выявляя сложности, связанные с необходимостью комплексного учета множества факторов. Преимущества, связанные с учетом антропометрических данных разных возрастных групп, грамотным

зонированием, использованием безопасных материалов и внедрением технологических решений, в сочетании с рисками игнорирования психоэмоционального воздействия среды и недостаточной нормативной базы, создают динамичное пространство для будущих исследований и разработок.

Список использованных источников

1. Ажгихин С.Г., Трубоба В.В., Паршина Е.С. Основные принципы освещения в интерьере . – 2017. – № 13 (147).

2. Мациевская, Ю.А. Разработка метода эргономического проектирования школьной одежды: дис. ... канд. техн. наук / Ю.А. Мациевская. – М., 2007. – 180 с.

3. Коблякова, Е.Б. Анализ возрастной динамики изменчивости размерных признаков, определяющих внешнюю форму тела детей младшего школьного возраста / Е.Б. Коблякова, Ю.А. Мациевская // Швейная промышленность. – 2006. – № 4. – С. 32-35.

4. СП 251.1325800.2016. Здания общеобразовательных организаций. Правила проектирования. – Москва : Минстрой России, 2016. – 45 с.

5. Приказ Министерства просвещения РФ № 804 от 6 сентября 2022 года «Об утверждении требований к оснащению общеобразовательных организаций». – Москва, 2022. – 35 с.

6. Иванова, Т.Н. Цвет в дизайне образовательной среды / Т.Н. Иванова // Архитектура и строительство. – 2021. – № 4. – С. 45-52.

7. СП 59.13330.2020. Доступность зданий для маломобильных групп населения. – М.: Минстрой России, 2020. – 56 с.

8. ГОСТ 26682-2016. Мебель для учебных заведений. Технические условия. – М.: Стандартинформ, 2017. – 32 с.

9. ГОСТ 23499-2009. Материалы и изделия звукопоглощающие. Методы испытаний. – Москва : Стандартинформ, 2010. – 18 с.

© Остапенко К.С., 2026
© Марченко М.Н., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

А. Б. Острецова,
студентка
кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

С. Ю. Кочеткова,
канд. экон. наук, доцент кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФОРМЕННОЙ ОДЕЖДЫ В РОССИЙСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ: ОТ ТРАДИЦИЙ К СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ

Данная статья посвящена разработке комплектов форменной одежды для студентов среднего профессионального образования (СПО), а также анализу их трансформации в современной молодёжной моде. В работе рассматривается возникновение студенческой формы в России, детально анализируются её элементы, а также исследуется влияние актуальных модных тенденций на адаптацию форменной одежды к потребностям и стилю современных студентов.

Ключевые слова: форменная одежда, студенческая форма, история формы в России, индивидуальный стиль.

Мы встречаемся с дресс-кодом в течении всей своей жизни и подстраиваемся под каждый из них. Школа, колледж, университет, работа – важный этап для каждого человека. Учебная форма имеет долгую историю и свою специфику. Сейчас форма – это не просто одежда, а отражение эпох, времени, традиций, культурных особенностей. Именно учебная форма как феномен наделена символизмом и имеет множество смысловых интерпретаций. Вопрос о значении униформы для развития школьной культуры становится актуальным с каждым годом. На данный момент все больше учреждений обращаются к прошлому опыту и вводят школьную и студенческую форму как обязательный атрибут учебной жизни.

Предпосылки введения школьной формы в Российской империи возникли в начале XIX в. Учрежденное Александром I Министерство народного просвещения в 1804 г. приняло «Устав учебных заведений, подведомственных университетам», который разделил страну на 6 учебных округов с университетом во главе. Гимназические платья официально регламентированы не были, воспитанники престижных гимназий и пансионов заимствовали мундиры у студентов своих учебных округов.

Обязательная для всех гимназистов форма была введена императором

Николаем I. Согласно «Положению о гражданских мундирах» от 27 февраля (11 марта) 1834 года, все учащиеся подведомственных МНП учебных заведений должны были «иметь мундир темно-зеленого сукна с темно-синим суконным же воротником с золотыми или серебряными петлицами из галуна по округам. Покрой как мундиров, так и положенных студентам и воспитанникам сюртуков иметь ныне существующий и носить им фуражки суконные темно-зеленые с околышком по цвету воротника». Пансионерам трех петербургских гимназий вместо сюртуков положено носить синие однобортные куртки с красным стоячим воротником и позолоченными пуговицами. Парадные мундиры с деталями той же цветовой гаммы, украшены золотыми галунными петлицами.

В 1764 году, Императрица Екатерина II основала Смольный институт благородных девиц. Его воспитанницы были разделены на классы по возрасту, различаясь цветом лент (красный, зеленый, желтый, синий), что отвечало духу иерархически выстроенного общества. Так и в Смольном воспитанницы делились «по возрастам», и для каждого предписывалось делать одежду особого цвета, а именно: первого возраста девицам кофейного или коричневого, второго голубого, третьего сероватого, а четвертого белого цветов. Обыкновенное для учебных дней платье будет камлотное, а для воскресных и праздничных такого же цвета шелковое» [Устав, 1764, с. 17]. Этим они опередили мальчиков. Два года спустя устав Сухопутного Шляхетного корпуса установил цветовую иерархию для кадет.

Обязательным предметом костюма в то время был передник. Его носили кухарки, сёстры милосердия, а впоследствии – ученицы различных образовательных учреждений. Фактически, передник выступал аналогом мужского галстука – обязательной и символически значимой частью униформы. Платье с фартуком соответствовало устоявшимся представлениям о надлежащем облике учащейся девушки. Именно поэтому вслед за воспитанницами институтов благородных девиц подобная форма одежды была распространена на гимназисток, а позднее унаследована советской системой школьного образования. Таким образом подчёркивалась культурно-историческая преемственность

В 1832 году Николай I ввел обязательную школьную форму для гимназистов. В своем указе «Положение о гражданских мундирах» он четко обозначил фасон и цветовую гамму форменной одежды. Так каждому ведомству предписывалось иметь десять разрядов униформы темно-зеленого или темно-синего цветов, за исключением сенаторов, которым полагался исключительно красный цвет униформы. Принадлежность к конкретному министерству определялась по цвету воротника, манжет и окантовки, а также по рисунку золотого или серебряного шитья. Особенностью являлось оформление шитья на униформе, которое выполнялось золотом или серебром в зависимости от разряда и ведомства.

Помимо этого, вводилась классификация из семи разновидностей

мундира: парадного, праздничного, повседневного, рабочего, особого назначения, дорожного и летнего варианта. Парадная форма предполагала обязательное ношение треугольной черной шляпы. Вместе с парадным мундиром носился также кортик (шпага), являвшийся официальным символом государственной должности.

После революции приняли декрет о Советской единой трудовой школе. Учебные заведения перестали делить на училища и гимназии. Образование стало доступно всем детям, даже из бедных семей. В этот период школьную форму совсем отменили, ее считали пережитком буржуазного прошлого и царского режима.

Что касается студенческого костюма, то следует отметить, что вновь обязательным он становится только после окончания Великой Отечественной войны – в1948 году в Советском Союзе вводится единая форма для учащихся вузов. Теперь юноши должны были носить военную гимнастерку с отложным стоячим воротничком, а девушки – коричневое шерстяное платье с чёрным передником. Вся эта одежда производилась на предприятиях лёгкой промышленности по государственному стандарту (ГОСТ). Материалы использовались исключительно натуральные, хорошего качества, благодаря чему одежда оставалась пригодной к эксплуатации долгие годы после завершения обучения.

В 1992 году, после распада Советского союза форму вновь отменили. Дети ходили в учебные заведения, кто в чем. Единых стандартов в одежде не было. Запрещались слишком открытые и прозрачные вещи, шорты, короткие юбки. Зато не возбранялось носить джинсы и футболки.

Однако в 21 веке форменная одежда опять стала актуальной. В 2013 году школам, колледжам и университетам разрешили вводить свою униформу. Современная форма – это комплект взаимозаменяемых предметов. Вещи легко комбинировать, создавая новый образ. Для мальчиков рубашка, брюки, жилетка и пиджак, для девочек – сарафан или блузка, юбка, жилетка, пиджак.

Как утверждал советский и российский художник-модельер, живописец и график, педагог, профессор академик РАХ, Зайцев В.М. «Дети должны с детства приобщаться к тому, что костюм – это нечто большее, чем просто одежда. Это средство коммуникации. От того, как ты выглядишь, зависит, как с тобой будут обращаться окружающие. Возможно, для повышения собственной самооценки школьный дресс-код может оказать огромную услугу, ведь он позволяет одеваться стильно, хотя и строго»

На данный момент все больше учреждений обращаются к прошлому опыту и вводят школьную и студенческую форму как обязательный атрибут учебной жизни. Целью любого государства в сфере образования является повышение качества обучения в любых учебных заведениях.

В 2026 году заметным источником вдохновения в моде стал классический стиль, переосмысленный через призму современности. В

качестве примера можно рассмотреть бренд Vivetta. Силуэты в коллекции преимущественно свободные и объёмные, также присутствует игра с фактурами: гладкие шерстяные ткани сочетаются с плотным трикотажем, создавая текстурные контрасты. Цветовая палитра варьируется от глубоких серых оттенков до ярких акцентов, что усиливает динамику образов. Особое внимание уделено деталям: крупные пуговицы, массивные карманы и высокие воротники придают вещам дополнительную выразительность. В целом, коллекция представляет собой современную интерпретацию подростковой студенческой одежды, где классические элементы получают свежий взгляд, соответствующий актуальным модным трендам.

Не менее интересным примером является бренд The Row с коллекцией Весна/Лето 2026. Коллекция характеризуется лаконичностью, сдержанностью и классическим дизайном, в отличие от предыдущей, где присутствовала яркая декоративность. Здесь предпочтение отдается минимализму, сохраняя при этом свободный и удобный для ношения в образовательном учреждении крой. Основу цветовой палитры составляют однотонные темные оттенки.

Еще одним представителем модной индустрии, который сочетает классические фасоны и лаконичность наряду с актуальными потребностями потребителей, является бренд Boss. В коллекции Зима 2026 показана спокойная цветовая гамма, изящность, детализация, гармоничное сочетание классического стиля с элементами спортивного направления. Силуэты остаются расслабленными и непринужденными, удобные для ношения в учебной среде.

Применение отличительных элементов студенческого костюма, а также крой и символизм, который он передает, находит отражение в современной одежде и смело адаптируется и трансформируется, создавая уникальные изделия, которые отвечают нынешним модным трендам. Изучение эволюции студенческой формы позволяет глубже понять механизмы взаимодействия моды с историей, культурой и социальными изменениями. Современные дизайнеры успешно трансформируют классические элементы, добавляя им новые смыслы и контексты.

Список использованных источников

1. Полное собрание законов Российской империи. Собрание 1. Т. 28. СПб., 1830. № 21501. С. 626-644.

2. Положение о гражданских мундирах. 27 февраля 1834 года. С. Петербург, 1834.

3. Кулакова, И. Мундир российского студента (по материалам XVIII века) / И. Кулакова // Теория моды: одежда, тело, культура. – 2008. – № 9 (Осень). – С. 9–24

© Острецова А.Б., 2026
© Кочеткова С.Ю., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

В. И. Просвиркина,
студентка
кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

Д. В. Гайдук,
доцент кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИНФЕКЦИОННЫХ ЛАБОРАТОРИЙ ПО КЛАССУ ПАТОГЕННОСТИ

В статье рассмотрены инфекционные лабораторий по классу патогенности на основе архитектурно-градостроительного анализа.

Ключевые слова: патогенность, инфекции, объемно-планировочные решения лаборатории.

Современная биомедицина сталкивается с множеством вызовов, связанных со скоростью распространения инфекционных заболеваний и появлением новых патогенов. В этих условиях лабораторная диагностика становится ключевым инструментом для своевременного выявления, изучения и контроля инфекционных угроз. От её скорости и точности зависит не только эффективность лечения, но и предотвращение масштабных эпидемий.

Технический прогресс, развитие молекулярных методов анализа и цифровых технологий значительно расширили возможности лабораторий, но на сегодняшний день неразвита система их распределения относительно населенного пункта, что снижает скорость проведения диагностики заболеваний у жителей городов.

Целью данной статьи является анализ типологических особенностей инфекционных лабораторий в зависимости от класса патогенности. Работа направлена на систематизацию характеристик и выявление ключевых факторов, влияющих на их функциональную структуру, что позволит предложить рекомендации по проектированию для повышения безопасности и эффективности таких лабораторий [1].

Классификация инфекционных заболеваний по классам патогенности позволяет оценить уровень опасности микроорганизмов для человека и разработать эффективные меры для их контроля. В основе такой классификации лежат характеристики самих патогенов, включая их способность вызывать заболевания, пути передачи и скорость распространения.

1-й уровень лабораторий предназначен для 1-го класса патогенности (рис. 1). Микроорганизмы первого класса практически не представляют угрозы для человека. Они либо не вызывают заболеваний, либо обладают крайне низкой способностью инфицировать организм. Такие патогены не способны активно распространяться среди людей, и риск заражения практически отсутствует, что позволяет их размещать в границах жилой застройки и с минимальным набором чистых помещений и помещений санитарной обработки.

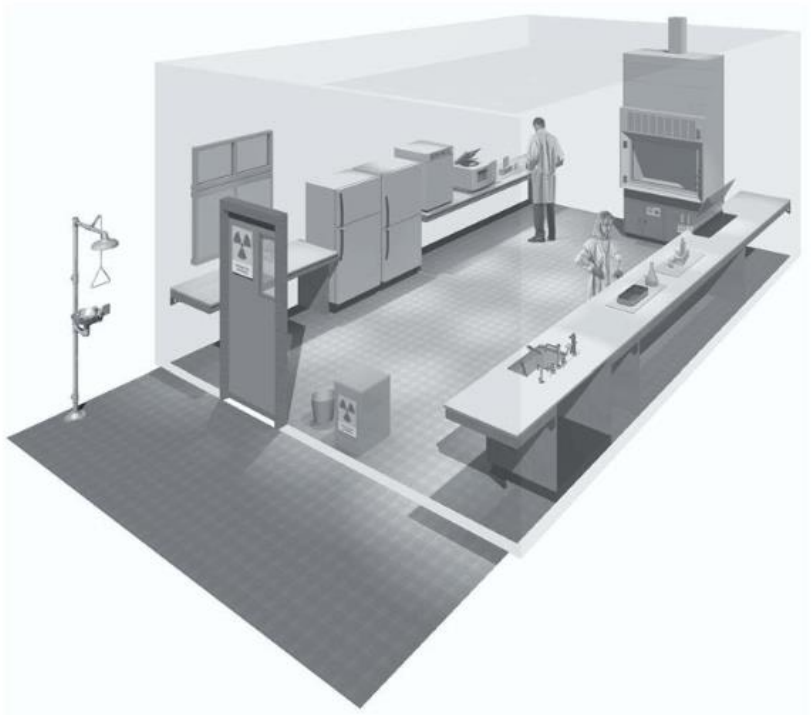


Рисунок 1 – Организация лаборатории 1-го уровня

2-й уровень лабораторий предусмотрен для 2-го класс патогенности (рис. 2). Патогены второго класса вызывают умеренные по тяжести заболевания. Обычно они не представляют большой опасности для здоровья населения, так как риск эпидемий минимален. Такие инфекции передаются, как правило, через контакт с зараженными объектами, пищей или поверхностями, а скорость их распространения низкая. Несмотря на то, что их распространение требует определенных условий, например, антисанитарии или длительного контакта, в эпидемиологическом плане такие инфекции относительно легко контролировать. Поэтому в данном классе лабораторий важно уделить внимание тщательной дезинфекции и контролю сотрудников при их покидании лаборатории, что позволило бы размещать данные объекты в черте города, но с градостроительными ограничениями.

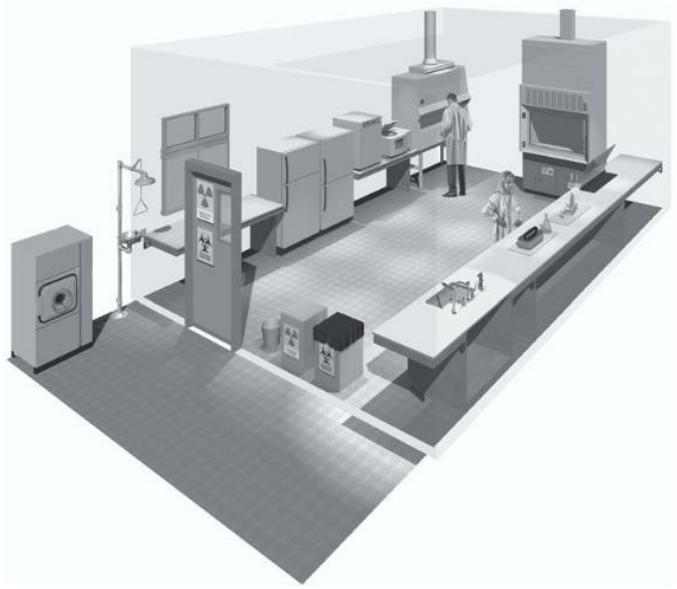


Рисунок 2 – Организация лаборатории 2-го уровня

3-й уровень лабораторий для 3-го и 4-го класса патогенности (рис. 3). Данные классы включает патогены, способные вызывать тяжелые заболевания у людей. Они представляют более серьезную угрозу, так как обладают повышенной способностью к инфицированию и могут передаваться аэрозольным и контактным путем. Такие инфекции имеют как умеренную, так и высокую скорость распространения, которая усиливается в условиях скученности населения, плохой вентиляции или отсутствия санитарного контроля. Также некоторые из этих патогенов имеют инкубационный период, что сильно влияет на подход организации архитектурно-градостроительных принципов [2].

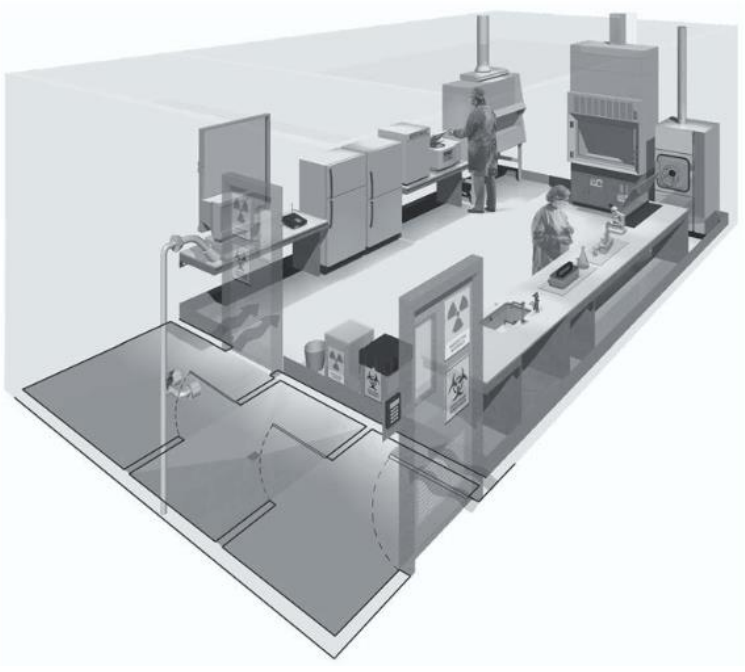


Рисунок 3 – Организация 3-го уровня лаборатории

Инфекционные лаборатории, работающие с патогенами разных классов опасности, требуют глубокого градостроительного анализа для размещения около локаций с массовым количеством людей, в соответствии с таблицей 1. Эти нормы основаны на международных принципах биологической безопасности и адаптированы к условиям современного градостроительства. Ниже в таблице представлены сводные архитектурно-градостроительные параметры, которые показывают особенности размещения и планировки лабораторий 1,2,3-уровней патогенности, в соответствии с таблицей 2.

Таблица 1 – Градостроительные особенности каждого уровня

	1-й уровень	2-й уровень	3-й уровень
Удаленность от зданий	не менее 100 м от жилых домов, школ и детских садов	не менее 500 м от жилых домов, школ и детских садов	не менее 1000 м от жилых домов, школ и детских садов
Допустимое расположение	университетские городки, научные центры, учреждения здравоохранения	исследовательские комплексы, изолированные промышленные зоны	строго охраняемые комплексы с ограниченным доступом, желательно в удалённых регионах
Площадь участка	от 0,5 га	от 2 га	от 5 га
Здание	в многопрофильных зданиях с отдельными входами и изолированными вентиляционными системами в отдельно стоящих зданиях	в отдельно стоящих зданиях	в отдельно стоящих зданиях
Противоэпидемические требования	отдельные помещения для дезинфекции персонала	отдельные помещения для дезинфекции персонала и транспорта	отдельные помещения для дезинфекции персонала и транспорта, общежитие для персонала в инкубационный период

Таблица 2 – Объемно-планировочные особенности каждого уровня

	1-й уровень	2-й уровень	3-й уровень
Зонирование	-чёткое разделение на административно-бытовую часть и рабочую зону (помещения для проведения исследований) -шлюзы и сложные переходы между зонами не требуются -отсутствие контаминационных зон - нет необходимости в выделении "грязных" зон или специальной обработки воздуха между зонами	-чистая зона -загрязнённая зона -граница между зонами проводится с использованием шлюзов	-чистая зона -полузагрязнённая зона -загрязнённая зона -шлюзовая система: на границах между зонами предусмотрены герметичные шлюзы с дезинфекционными системами
Объемно-пространственная организация	-простая планировка без необходимости изоляции или многослойной структуры -используются стандартные отделочные материалы, устойчивые к влажной уборке и химическим моющим средствам (например, керамическая плитка, пластик). -стандартная высота потолков (2,5-3 м)	-используются влагостойкие материалы, устойчивые к химическим веществам -модульность планировки: помещения проектируются с учётом возможности расширения функционала лаборатории или перепланировки -стандартная высота (2,5-3 м)	-высота помещений увеличена (3,5-4 м) для размещения сложного инженерного оборудования -помещения имеют герметичные стены, потолки и полы с плавными переходами -специальные барьеры: барьерные двери с автоматическим замком, исключающим одновременное открытие двух дверей

Продолжение таблицы 2 – Объемно-планировочные особенности каждого уровня

	1-й уровень	2-й уровень	3-й уровень
Работа с отходами	-утилизация: отходы передаются для обычной санитарной утилизации -нет необходимости в автоклавах или специальных дезинфекционных камерах -санитарная обработка: возможна простая влажная уборка помещений	-все материалы, контактировавшие с патогенами, проходят обеззараживание перед утилизацией -раздельный сбор и утилизация биологических и бытовых отходов -в лаборатории внедрена система фильтрации и химической дезинфекции	-обеззараживание: все отходы (биологические материалы, использованные инструменты) обеззараживаются непосредственно на месте через автоклавы или химическую обработку -изоляция канализационных систем: сточные воды проходят многоуровневую дезинфекцию
Транспортировка и хранение	- материалы и образцы: хранение материалов в обычных холодильных установках или шкафах - нет необходимости в специальных транспортных шлюзах или контейнерах для перемещения образцов	-биологические вытяжные шкафы с HEPA-фильтрами обеспечивают локальную защиту при работе с микроорганизмами -локальные установки для химической обработки поверхностей и воздуха -используются электронные замки или карточные системы	-автоклавные шлюзы для передачи материалов между зонами -перемещение образцов и материалов между зонами осуществляется в герметичных контейнерах

Продолжение таблицы 2 – Объемно-планировочные особенности каждого уровня

	1-й уровень	2-й уровень	3-й уровень
Фасадные решения	- открытые элементы: окна могут быть открываемыми, без требований к герметичности или защите - внешний вид лаборатории ничем не отличается от других помещений в здании	-внешний вид лаборатории простой без особых отличий -окна, если предусмотрены, герметичны, не открываются - двери герметичные, оборудованы доводчиками и замками с ограничением доступа	- фасады зданий максимально просты, без выступающих элементов - используются материалы с высокой стойкостью к химическим и биологическим воздействиям - высокая степень изоляции

Типология инфекционных лабораторий по уровню патогенности играет ключевую роль в обеспечении безопасности сотрудников, общества и природы. Она важна по нескольким ключевым причинам.

Во-первых, разграничение рисков. Объемно-планировочные решения по типам лабораторий позволяют сформировать безопасное пространство для работы с конкретным классом патогенов.

Во-вторых, защита населения и окружающей среды. Лаборатории высокого класса потенциально опасны для окружающей среды, если не соблюдаются меры безопасности в области градостроительных и планировочных решений. Функциональное размещение помещений, организация технологических процессов с учетом чистых и грязных зон.

В-третьих, рациональное использование ресурсов. Создание и эксплуатация лабораторий с максимальной степенью защиты требует значительных финансовых, технологических и кадровых ресурсов. Типология обеспечивает оптимальное распределение ресурсов, позволяя строить сложные и дорогостоящие лаборатории только там, где это действительно необходимо.

В-четвертых, стандартизация и контроль. Типология обеспечивает единый подход к проектированию, строительству и функционированию лабораторий. Это упрощает контроль за соблюдением норм и стандартов безопасности на международном уровне.

В заключении, научное развитие и эпидемиологическая готовность. Благодаря типологии, научные исследования инфекционных заболеваний проводятся в условиях, соответствующих уровню риска. Это обеспечивает

развитие медицины и биотехнологий, а также подготовку к возможным эпидемиям и пандемиям [3].

Список использованных источников

1. Проектирование и техническое обслуживание лаборатории / Всемирная организация здравоохранения. // Практическое руководство по биологической безопасности в лабораторных условиях, четвертое издание, и тематические монографии, 2023 года.

2. Безопасность работы с микроорганизмами 3-4 групп патогенности (опасности) и возбудителями паразитарных болезней / Г. Г. Онищенко. – 2008.

3. Санитарный щит – безопасность для здоровья/ Госсанэпидслужба. – 2022.

© Просвиркина В.И., 2026
© Гайдук Д.В., 2026

Т. Е. Пучкова,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики,
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНТЕРЬЕРОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Данная статья описывает общие требования и проблемы, возникающие при работе над дизайн-проектом интерьеров общественного назначения для детей: детские сады, школы, дома детского творчества.

Ключевые слова: безопасность, эргономика, эстетика, цветовая палитра, дошкольные учреждения, зонирование, масштаб, элементы мебели, специфика материалов, общеобразовательная школа, трансформированность классов, рекреации, лауж-зоны, психология цвета, акустика, навигация, биофильный дизайн.

В своей статье хочу обратиться к теме дизайн-проектирования интерьеров для детей. Эти интерьеры, как домашние, так и общественные (детские сады, школы, дома творчества и т.д.), имеют свои отличительные особенности проектирования. О каждом виде объектов можно говорить отдельно, но сейчас хотелось бы выделить самые широко распространенные из них, и заострить внимание на требованиях, предъявляемых в процессе

работы над аналогичным проектами.

В последние годы стало активно вестись строительство школ и детских садов, и конечно же архитекторы и дизайнеры обращают внимание на то, что работа с этими объектами носит специфический характер, так как связана с жесткими эргономическими требованиями, предъявляемыми в связи с возникающими возрастными изменениями, и плюсом является психологическая особенность к восприятию у детей цвета и формы. Для начала выявим общие принципы проектирования всех типов этих учреждений. Переходя к специфике, выделим базовые требования:

– первичный фактор – это безопасность. Использование нетоксичных материалов, отсутствие острых углов, травмобезопасные покрытия, противопожарная безопасность;

– второй фактор – эргономика. Строгое соответствие мебели и оборудования ростовым группам. Пространство должно расти вместе с ребенком или иметь трансформируемую структуру;

– иретий фактор требований – эстетика. Отказ от «кислотных» и перенасыщенных цветов. Современный подход – природные палитры (терракотта, охра, зеленый, синий), цветовая палитра разбеленных или приглушенных тонов, акцентные цвета для зонирования.

Теперь можно начать конкретный обзор и перейти первично к дошкольным учреждениям.К ним можно отнести не только детские сады, но и центры дошкольной подготовки, центры детского творчества и даже детские кафе.

Детский сад посещают дети от 1,5 до 7 лет. Здесь ребенок учится социализации и игровой деятельности. Проектирование ориентировано на сенсорику, мобильность и ощущение «домашнего уюта».

При планировании акцент делается на гибкость зонирования. Групповая ячейка должна быть не просто классом, а «жилым» пространством. Обязательно наличие спальни (или возможность трансформации игровой в спальню с помощью выкатных кроватей-трансформеров). Важно выделять островки тихих зон (библиотека, уголок уединения) и активных зон (физкультурный уголок, конструкторская).

Необходимо учитывать масштаб пространства. В детском саду критически важно создать масштаб, соразмерный ребенку. Этого возможно достигнуть за счет низких подоконников: ребенок должен видеть улицу, не забираясь на батарею.

Многофункциональные перегородки и мягкие модули позволят детям самим менять пространство под игру. Как само собой разумеющееся элементы мебели подбираются под определенный возраст. При подборе мебели, например, столов и стульев для игровых и «рабочих» моментов, можно предусмотреть не только функциональный, но и образовательный подход, предложив модульные мебельные конструкции – напольные пуфы, банкетки, детские стульчики, в форме букв алфавита. Отдыхая, рисуя, играя

на мебели в виде букв, ребенок быстро запомнит алфавит, который постоянно будет находиться у него перед глазами [3].

Немаловажную роль играют элементы навигации: все помещения (туалет, спальня, раздевалка) должны быть интуитивно понятны. Используются пиктограммы и цветовые дорожки на полу.

Должна учитываться специфика материалов. Покрытия пола необходимо делать теплыми (система «теплый пол» обязательно дублируется покрытием с низкой теплопроводностью – пробка, ковролин с коротким ворсом в игровых зонах). Мебель преимущественно деревянная, без сколов и сложной фурнитуры.

Надо отметить, что современные детские сады расширяют функциональные зоны, имея возможность отдельно открывать арт-студию, блок конструирования, зоны двигательной и игровой активности, правил дорожного движения и даже шахматный клуб. Примером могут служить проекты студентов 4 курса, выполненные в рамках учебного задания по дисциплине «Основы дизайна интерьера» (рис. 1, 2). Данные проекты выполнялись для центра детского творчества «Прикубанский». Студенты выезжали на объекты, после проведения замеров помещений, составили задание на проектирование, исходя из пожеланий заказчика.



Рисунок 1 – Проект интерьера детского центра «Колосок»



Рисунок 2 – Интерьер центра дошкольной подготовки «Факел»

Следующий объект нашего внимания – это школы. Они тоже могут

быть разные, пока остановимся на типовой общеобразовательной. Школу посещают дети от 7 до 17 лет.

Дети и подростки проводят большую часть дня в школе, поэтому учебное заведение должно быть максимально комфортным. Доказано, что правильное зонирование, а также грамотный подбор мебели, элементов декора и цвета интерьеров повышают эффективность образовательного процесса и хорошо сказываются на психологическом состоянии учеников [1].

Современная школа отказывается от модели «коридорно-классной системы» в сторону образовательной среды. Здесь ключевые слова – вариативность и коммуникация.

На первый план выходит трансформируемость классов.

Стандартный класс с партами рядами уходит в прошлое. Неудобные стулья и парты способствуют развитию заболеваний, связанных с искажением осанки. Проектировщики внедряют легкую мебель на колесах, которая позволяет быстро перегруппировывать пространство для лекции, «круглого стола» или командной работы. Внедряются интерактивные доски и другие технологии.

Детей тяжело заставить усидеть на одном месте, поэтому преподаватели разрабатывают для начальной школы уроки разного формата в виде игр, викторин, мастер-классов [1].

Зоны «Атриумов» и рекреаций тоже кардинально отличаются от прежней школы. Многофункциональные амфитеатры: зоны-«ступени» в рекреациях и библиотеках, где можно сидеть с ноутбуком, готовиться к экзаменам или выступать.

В современной школе рекреации перестают быть просто местом для переодевания. Они становятся центрами притяжения. Появились Зоны «тишины», Лаунж-зоны с мягкими пуфами для чтения и рефлексии. Зоны «общения» – открытые пространства с возможностью перекуса, неформального общения. Актовые залы на 2–3 этажа. Если позволяет конструктив, создаются атриумные пространства, где происходят общешкольные события, а балконы этажей служат амфитеатром.

Все это кардинально отличает современную школу от привычного для нас образа.

Психология цвета и акустика.

Акустика – критически важный параметр. В школах часто используется шумопоглощающие подвесные панели (акустический потолок), чтобы снизить стресс от «шумового загрязнения».

Цвет. Для младшей школы – теплые, спокойные тона с игровыми акцентами. Для старшей (подростковой) – лаконичные, контрастные интерьеры с включением серого, черного, глубокого синего (подростки лучше воспринимают «взрослую» эстетику, это повышает чувство ответственности).

Доступность и навигация. Школа – сложное здание. Проектирование навигации должно исключать возможность заблудиться. Используется цветовое кодирование этажей и блоков, крупная неоновая графика, сюжетные росписи. Внедрение идей и принципов графического дизайна и типографики является одним из успешных инструментов для организации системы ориентирования в школьных пространствах, что может помочь учащимся и гостям лучше «читать» пространство и ассоциировать конкретные зоны с определенными функциями [2].

Современные тенденции и технологии меняют привычный облик школы. Широко внедряется так называемый биофильный дизайн: максимальное озеленение (зимние сады, вертикальное озеленение), использование натуральных материалов (дерево, хлопок, пробка), естественное освещение (окна от пола до потолка, световые фонари).

Привычными становятся Smart-технологии. Климат-контроль (CO2-датчики, автоматическое открывание фрамуг). Регулируемое освещение (теплый свет для релаксации, холодный для активной работы, сценарии «тихий час», «урок», «праздник»).

Несколько отличаются по своему профилю обучения от общей школы детские дома творчества и школы искусств, они относятся к дополнительному образованию, их посещают дети от 5 до 18 лет и особенностью является то, что дети там умчаться по желанию. Пространство таких заведений должно вызывать восхищение, вдохновение и подчеркивать статусность творчества**.**

Если в школе универсальность важнее, то здесь пространства проектируются под строго определенные виды активности с высокой степенью профессионализма, например:

– студии керамики и скульптуры: требуют тяжелых, мощных верстаков, высокой влагостойкости отделки, мощной вытяжки и подвода воды к каждому рабочему месту;

– музыкальные классы: Сложнейшая акустическая отделка (плавающие полы, звукоизоляция стен и дверей), чтобы не мешать соседним студиям. По размерам площади эти классы небольшие, так как рассчитаны на индивидуальное обучение;

– танцевальные залы: Высота потолков не менее 4–5 метров, специализированные покрытия (слэп-системы или линолеум для танцев), станки, зеркала, раздевалки с душевыми.

Обязательно должно присутствовать выставочное пространство.Дом творчества и школа искусств – это место демонстрации успеха. При проектировании необходимо предусматривать экспозиционные зоны: открытые стеллажи-витрины для поделок. Галерейные коридоры (ширина не менее 2,5–3 м), где можно развешивать картины и фотографии, не создавая «бутылочного горлышка» для прохода.

Если в таком заведениипредусмотрено наличие театральной студии

должна быть развита система «закулисных» помещений (костюмерные, бутафорские).

Необходимо учесть «родительскую» зону ожидания, так как на творческие занятия дети младшего возраста, как правило, приходят со старшими членами семьи.

Особенность проектирования детских общественных интерьеров заключается в отказе от статики. Архитектор и дизайнер сегодня проектируют не просто «стены и мебель», а сценарии поведения. Успешным считается проект, где пространство выступает «третьим педагогом», оно провоцирует ребенка на исследование, творчество, общение, дает возможность уединиться, но при этом абсолютно безопасно и комфортно психологически.

Список использованных источников

1. Как организовать школьное пространство, чтобы дети лучше учились? // СириусЖурнал : [сайт]. – URL: https://siriusmag.ru/articles/2252-kak-organizovat-skolnoe-prostranstvo-ctoby-deti-lucse-ucilis/.

2. Кучеренко, М. С., Швецова, О. А. Графический дизайн в организации эстетики современного интерьерного пространства // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2025. – С. 228–246.

3. Кучеренко, М. С., Швецова, О. А. Интерьерная типографика в предметах мебели, как сочетание художественного эксперимента и функциональности в дизайне мебели, и как творческий и информативный элемент в дизайне интерьера // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2025. – С. 247–265.

4. Планерка EDArchitecture. Дизайн для небольшой семейной школы: как всё сделать правильно // EdDesign : [сайт]. – URL: https://eddesignmag.com/dizajn-dlya-nebolshoj-semejnoj-shkoly/.

5. Проекты интерьеров школ и детских садов // ЭдуДизайн : Дизайн-бюро : [сайт]. – URL: https://edudesign.ru/interior.

© Пучкова Т.Е., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

В. Г. Пьянков,
старший преподаватель кафедры дизайна
Краснодарского государственного института культуры (КГИК),
г. Краснодар, РФ

РАЗМЫШЛЕНИЕ О КОМПОЗИЦИИ В ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИИ (ИЗ ЛИЧНОГО ОПЫТА РАБОТЫ)

Автор объясняет и рассуждает на тему композиции, как дизайнер может применять ее, воздействуя на зрителя. Как достигается креативность и целостность пространственного восприятия независимо от того, как создается композиция.

Ключевые слова: дизайн, композиция, проект, создание, материалы.

Не стало детства. Жизнь суровей, строже.
А все-таки мечта моя жива:
изменчивые, яркие слова
мне кажутся на бабочек похожи.
(Вероника Тушнова)

Наверное, начало занятия я начал бы так: «Как Вы представляете свое будущее?» Очень интересный вопрос для человека вступающего во взрослую жизнь. Понятно, что каждый в отдельности индивидуум станет фантазировать о том, как он будет идти по карьерной лестнице, создаст семью, будет реализовывать свои мечты. При этом у каждого человека это будущее будет разным. Сходиться точки зрения будут в одном – будущее должно быть красивым. Машина, квартира, посуда на кухне, одежда, дизайн мебели… Вот оно – дизайн! Слово, которое в нынешнем веке не сходит с уст миллиардов людей. Да еще еда, но предположим, что мы совершенно сыты! И снова –дизайн! Каждый хочет получить вещь или предмет быта именно своего представления. Жить в городе или гулять по парку, получая удовольствие и комфорт. Именно эти ощущения удовольствия и комфорта и призван дарить людям дизайн. Он создает среду жизни человека, а что создает его? Дизайнер должен уметь рисовать, работать во множестве компьютерных программах (ну если он хочет быть отличным дизайнером), знать цветовые и световые законы, уметь чертить и знать законы перспективы, делать объемные макеты и использовать эргономику при создании проектов. Но что же является основой дизайна, тем стержнем вокруг чего вращаются все основные планеты законов дизайна. Композиция и креатив создают солнце вселенной дизайна. Они как двойная звезда со своим перетеканием масс, вращением вокруг друг друга, пытаются перетянуть на себя главенство и основную роль. Но нет, они одно целое и не могут жить друг без друга. Они являются основой для каждой планеты

(подразумеваем изучаемый предмет) вселенной «Дизайн». Отсюда мы выводим тезис: Будущее – это дизайн, а композиция и креатив – его основа.

Ни для кого не секрет, что создание формальных композиций формирует у студента-дизайнера новый взгляд на самые обычные формы. Собирая в одну композицию простые формы: квадраты, прямоугольники, круги и треугольники, можно добиться конструктивных и супрематических композиций, составляющих основу дизайна. Добавляя оптические иллюзии, создавая глубокое пространство на плоскости и добиваясь «прорывных» эффектов, улучшающих динамику формальной композиции, получаем оптическое искусство. Через аксонометрию получаем объем в формальной композиции. Через цвет – добиваемся «прорыва пространства» и усиление объемности формы. А через перспективу – пространственную композицию. При этом, если добавлять различного типа плоскостные графические текстуры, можно получить подчеркивание или разрушение форм, композиционных центров и идей. Но при всех этих эффектах композиция остается плоскостной, то есть, абсолютно плоской на поверхности.

Попробуем изменить задачу. Чтобы создать небольшой рельеф в композиции, добавим в нее объемные фактуры. Но для них возьмем обычные предметы, материалы и даже некоторые пищевые продукты. Создание таких фактур вытеснит пространство из композиции и не даст глубокого рельефа на поверхности. Но сформирует новые возможности в появлении непредсказуемых фактур, так как сами материалы могут ложиться на поверхность картинной плоскости независимо от желания студента. Именно такая «независимость» может усиливать креативность формальной композиции.

В начале работы студенту-дизайнеру нужно создать варианты текстур, которые могут использоваться при создании формальной композиции. Здесь и проявляется креативность мышления будущего дизайнера, насколько необычной он может создать новую фактуру или насколько интересными будут материалы, из которых он её создаст. Понятно, что повторить можно все. Но именно он будет первым, именно его идея применить тот или иной материал в необычном ракурсе будет точкой отсчета в создании новой фактуры. Соединить несоединимое: пластиковые трубочки и нитки; текстурную пасту и сапожные гвозди… И чем необычней и контрастней объекты, тем интересней результат реализации идеи. Студенту нужно создать до десяти фактур, чтобы в дальнейшем можно было выбрать две или три для внедрения их в формальную композицию. Но не стоит злоупотреблять количеством фактур в одной работе. От одной, которую можно использовать в разных областях композиции и с разным цветовым решением, до трех, которые будут поддерживать друг друга или создавать абсолютно новый материальный контраст, чтобы композиция не смотрелась перегруженной или перетяжеленной. Фактуры должны, гармонично взаимодействуя, продвигать идею, вложенную в композицию, а

не разрушать некорректным их подбором.

Стоит обратить внимание, что фактуры должны подходить по смысловой нагрузке пластическому решению самой формальной композиции. Пластичность или жесткие линии конструктивизма – это должно решаться еще на стадии фор-эскизов. И если цветовое решение можно будет поменять даже на стадии завершения, то нанесенные материалы заменить без разрушения поверхности не удастся. Поэтом стоит делать пробники фактур отдельно с вариациями на один и тот же материал. И тогда подборка фактур станет простым делом. В некоторых случаях фактуру можно изготовить отдельно от плоскости композиции, если этого требует технологическая необходимость. Например, обрезка краев области фактуры. Если это делать на самой работе, то можно испортить ее поверхность, а также появятся неаккуратности в местах обреза. После выполнения необходимых манипуляций, фактуру можно будет вставить, приклеив на место.

Учитывая, что большинство материалов будет клеиться к поверхности композиции, стоит продумать, чем их можно закрепить на ней. Клей ПВА, Момент Кристалл, обычный Момент, Супер Момент – это основные клеи, которые, в зависимости от свойств материала, подходят для такой работы. В некоторых случаях такой материал, как текстурная паста, можно использовать как клеевую основу. Ее вязкость позволяет удержать нетяжелые, малоразмерные, модульные материалы. Для текстурной пасты и для некоторых штукатурок не требуется дополнительной клеевой поддержки. Главное, не переборщить с толщиной слоя, в противном случае, ее придется армировать пластиковой сеткой. Для отдельных деталей некоторых фактур возможно применение штифтования, когда объект и плоскость соединяются дополнительной проволокой, стягивающей их друг к другу. Пластик и полиэтилен лучше всего садить на жидкие гвозди, так как цианакрилатный клей может их разрушить. Рассыпчатые и многократно повторяющиеся элементы стоит выкладывать на слой ПВА и дать ему хорошо высохнуть после нанесения материала. В дальнейшем можно будет доливать ПВА в зоны, где элементы фактуры недостаточно приклеились. В данном случае креативность проявляется не только в подборе материалов, но и в решении задачи соединения их в одно целое, в одну общую формальную композицию.

Формальную композицию с использованием объемных фактур можно использовать как эскиз для будущих проектов. Конечно, при создании больших настенных арт-объектов не будут использоваться такие же материалы, как и в малой композиции. Но можно подобрать и заменить их на прочные, которые сделают нашу жизнь более красочной и комфортной.

После плотной работы с материалами разного типа, которые позволили нам ощутить свои свойства и возможности, можно приступать к работе на персональном компьютере. Вы уже точно не ошибетесь в выборе

текстуры при создании своей композиции. Неважно, какой проект у вас в реализации, вы точно будете знать, что нужно для вашей композиционной схемы. Вы не будете бояться, создавая объемно пространственную композицию в компьютерной программе, понимая, где можно согнуть объект или где и какую текстуру можно положить на плоскость для улучшения ее визуальных свойств.

Хочется сказать немного о цвете, так как цвет – это отдельное свойство композиции. Может композиция существовать без цвета? Конечно, может! Самыми простыми ответами являются тональная графика и живопись, скульптура, фотография и фотографика, архитектон и настенный арт-объект. С ними мы встречаемся довольно часто и, сталкиваясь в нашей жизни, можем не обращать на них внимание. Они создают комфортную среду нашего обитания. Когда композиция выполнена по своим законам правильно, она не вызывает диссонанса в нашем сознании. Это порядок и уверенность, устойчивость или движение вперед. Все зависит от того, где и какая композиция внедрена. Но если все будет монохромным в нашей жизни, то и жизнь может стать такой же. Это как смотреть черно-белое кино: композиции очень четкие, нагруженные смыслом, но в них будет не хватать «изюминки» или «вишенки» на торте. Вот тут в вступает цвет как объект визуального воздействия. Как в монотонном течении музыки вдруг появляются всплески, удары и взрывы красочных эмоций переполняющие созерцающего. И композиция становится эмоциональной симфонией, погружающей нас в глубину эстетического внутреннего комфорта и эйфории. Никогда не видели, как реагируют люди на очень удачное креативное композиционное решение? Да почти так же, как фанаты на забитый гол, как молодая девушка на кольцо с большим бриллиантом, ребенок на новую игрушку. Иногда человек смотрит с восхищением на работу дизайнера, даже не понимая, что именно ему нравится в ней, но он не может оторвать взгляд, не желая потерять зыбкое ощущение внутренней радости.

В руках дизайнера идея композиции должна зазвучать многоцветной симфонией и сложнейшими символическими построениями, создающими надежду, что человек может все. Если он – человек!

Может, в городе – крылечко,
может, речка, может, снег,
может, малое словечко,
а в словечке – человек!
(Вероника Тушнова)

Неумение человека быть одиноким заставляет его создавать вокруг себя достойный себя – человека Мир. Главное, чтобы этот Мир был для всех добрым, счастливым и очень красивым.

© Пьянков В.Г., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

В. Г. Пьянков,
старший преподаватель кафедры дизайна
Краснодарского государственного института культуры (КГИК),
г. Краснодар, РФ

СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ ОБЪЕМНОЙ И ОБЪЕМНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ КОМПОЗИЦИЙ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Автор объясняет, чем отличаются разные объемные виды композиций и какие основы лежат в их структуре.

Ключевые слова: дизайн, композиция, создание, объем, пространство.

Во время обучения студенты-дизайнеры осваивают много профильных дисциплин, позволяющих им превосходно овладеть знаниями и навыками, которые в дальнейшем позволят им стать квалифицированными специалистами. У современного дизайнера много задач, требующих креативного, нестандартного решения, комплексного подхода к выполнению дизайн-проектов. Знание, понимание и применение композиционных закономерностей является основой формирования специалиста-дизайнера [2]. Композиционные знания и навыки позволяют использовать одни и те же геометрические формы, средства выразительности графики, цвета, для создания совершенно новых формул решения полученных проектных задач. Как композитор использует всего семь нот для создания сложнейших симфоний, так и дизайнер может получить новое композиционное решение, используя простые формы, и моделируя из них различные композиционные и художественные вариации для реализации своего проектного замысла и поставленных задач.

Да, в изучении композиции нужно идти последовательно и методично – от простого к сложному. Сначала постичь плоскостную формальную композицию во всех ее видах и трансформациях. Формальная композиция является основой в организации искусственных пространственных систем, так как использует первоэлементы геометрических форм, абстрактные изобразительные формы (точки, линии, плоскости, массы пятен, объёмы форм) и визуально организует их согласно с психо-физическими закономерностями человеческого восприятия [2]. Затем освоить объемную композицию на плоскости, иногда переходя в реальную макетную композицию, называемую «архитектон». И, наконец, перейти к освоению сложнейшей объемно-пространственной композиции на плоскости, так сказать, вершине композиционного прогресса. Разные композиции требуют разного подхода и решения в дизайнерской сфере. Понятно, что плоскостная композиция решает задачи плоскости, когда выполненный объект не должен выходить за рамки ее сферы, то есть плоскости, в которой

мы выполняем это задание. Новая сфера композиции – это объем, который нам помогает представить созданный объект полной фигурой за некоторым исключением, что это все-таки плоскость. И тут появляется вопрос: объемная и объемно-пространственная композиция на плоскости чем они отличаются и что в них одинакового?

Начнем с простого, что такое объемная композиция – это любая композиция, в которой есть объем, то есть объекты и фигуры выполнены так, что мы можем понять структуру их со всех сторон или хотя бы предположить, как эта структура формируется. Да, мы не можем заглянуть за плоскость и рассмотреть эту композицию с другой стороны картинной плоскости, есть ли там какие-то невидимые детали, но этого и не требуется. Композиция формируется на картинной плоскости, и ее формы и объекты решают поставленную задачу перед дизайнером – создать объемную композицию.

Объемная композиция и объемно-пространственная композиция имеют общее слово «объем», значит в этом они схожи и не противоречат друг другу. Но что заложено в основу каждой из них? А тут как раз и есть основной секрет – формула формирования, то, на чем основывается каждая из них. Возьмем объемную композицию, в основе ее являются изометрия и аксонометрия, то есть законы черчения, которые четко показывают без особых расчетов, как пересекаются объекты композиции и какие у них формы. У объектов такой композиции есть длина, высота и ширина, которую можно назвать глубиной объекта. А такие объекты будут выгдядеть трехмерными (рис. 1). Используя соотношения объектов, можно понять, на каком расстоянии они находятся друг от друга. И так же легко вычислять сложные пересечения цилиндров и конусов по законам черчения при помощи дополнительных изометрических и аксонометрических плоскостей. Линии в объемной композиции, которые должны быть параллельны в жизни, параллельны на картинной плоскости. Что нам это дает? Очень легко выдерживать размерность объектов внутри себя, друг к другу и в глубину композиции. Поэтому очень часто такую композицию используют для наглядных чертежей. Она помогает легко понять, как объекты взаимодействуют внутри композиции при помощи как осей отдельных объектов, так и групп взаимодействия.

Такие учебные и творческие задания на формообразование, выразительность и гармонизацию в композиции, закономерности композиционного построения, применительно к картинной плоскости и пространству, формируют композиционное мышление, способствуют авторскому поиску и умению находить и предлагать различные вариативные решения своей проектной идеи, наглядно представлять их, и, в дальнейшем, расширять знания, полученные из теоретической практики, и развивать профессиональное мастерство, формировать художественный вкус, эстетику [3].



Рисунок 1 – Объемная композиция. Студенческие работы.
(Преподаватель В.Г. Пьянков)

Теперь рассмотрим, на чем основывается объемно-пространственная композиция. В самом названии есть слово «пространство», в данном случае оно является ключевым. Пространство в дизайне – это способ показать глубину и объем на плоской картинной плоскости, в нее входит длина, высота, ширина(глубина) и перспектива. Вот оно – перспектива, ключевое слово, а точнее, значение этой композиции, которого не было в предыдущей композиции. А перспектива – это правила изображения трехмерных объектов на картинной плоскости с учетом расстояния, когда дальние объекты кажутся меньше ближних, создавая вид в даль или панораму. В отличии от точных инженерных чертежей с неизменными размерами или объемной композиции, она помогает показать композицию так, как ее видел бы глаз. Она имеет точки схода и сокращение размеров объектов по мере их удаления. С учетом цветового решения и дополнительных инструментов, например, прорыва пространства, можно утверждать, что в объемно-пространственной композиции появляется движение. Чего нет в простой объемной композиции, то есть, она статична по отношению к пространству. Да, динамика может в ней присутствовать, но она будет работать в приделах плоскости: вправо, влево, вверх, вниз. Но в глубину она может работать только засчет цвета, а не движения объектов. В этом, наверное, главное различие этих композиций (рис. 2).

Рассмотрев различие, поговорим о схожих факторах. Объем — это мы уже определили. Цвет – это свойство композиций скорее всего будет зависеть от задач, поставленных перед ними. В объемно-пространственной он будет играть на улучшение пространственной среды, на ее прорыв в глубину и контрасте ближнего и дальнего плана. Резкого движения в глубь композиции. В объемной – фактор цвета – отрыв объектов от картинной плоскости. За счет тени и света – разделение объектов на обособленные детали или монолит, а также на характеристику объема и формы объекта. В

пространственной – это может быть не важно, особенно на дальних планах. Важно передать перспективу и ее задачи. По этому цвет может быть как различием, так и фактором похожих свойств.

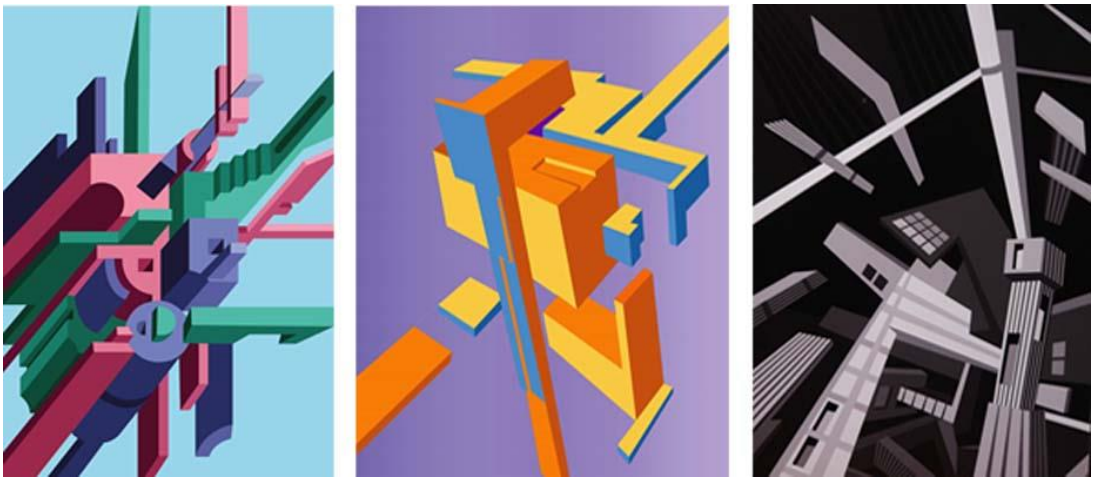


Рисунок 2 – Объемная и объемно-пространственная композиция. Студенческие работы. (Преподаватель В.Г. Пьянков)

Еще одним фактором структурирования композиций является текстура. Текстура – это визуальный рисунок, узор или образ поверхности объектов, который передает свойства материалов, добавляя объем, глубину и характер плоским изображениям или объектам.

Основными составляющими графических текстур являются точка, линия, пятно и штрих. Используя вариации этих средств выразительности, дизайнер может создавать любое изображение. Их можно использовать как для художественного оформления больших пространств, так и для миниатюрных иллюстративных решений; как для создания графической текстуры на плоскости, так и для создания объёмно-пространственных объектов и композиций. Ими можно передавать реализм предметов, но можно использовать как плоскую стилизацию, ломающую форму предметов и искажающую пространство. Эти предметы позволяют создавать графические текстуры, которые можно многократно применять в дизайне для создания сложных дизайн-проектов [4].

В объемной композиции текстура нужна для выделения центра композиции, объекта или группы объектов. Текстура скорее будет работать на контрасте, чтобы усилить визуальное воздействие на зрителя, показать композиционные центры и усилить свойства объектов. В пространственной текстуру в основном используют для усиления пространственного прорыва и передачи общего взаимодействия, усиливая движения к центру композиции. В объемно-пространственной композиции центр может быть неявным и именно движение к нему является выявлением его. В основном все текстуры будут брошены на эту задачу, не заставляя контрастировать различные объекты без особой нужды. Пространство – это сама цель этой

композиции, и все ее структуры работают на его выявление и усиление. Получается схожесть композиций в том, что текстуры могут применяться в них обеих, но различие – что они выполняют разные задачи. В первой – выявление формы объекта и выделение его среди других предметов, во второй – работа на пространство, его свойства и энергию движения для выявления композиционного центра.



Рисунок 3 – Объемно-пространственная композиция. Студенческие работы. (Преподаватель В.Г. Пьянков)

Подведем итоги изучения вопроса. Обе композиции работают с такими факторами, как объем, цвет, текстуры. Но эти факторы работают в них по-разному, выявляя свое решение на заданную задачу. Перспектива объемно-пространственной композиции меняет плоскость визуального воздействия на зрителя, формируя зрительное проникновение за картинную плоскость, расширяя психологические возможности человеческого восприятия. С точки зрения дизайна объемно-пространственная композиция – это следующий шаг на этом поприще. Это новый креатив и возможности создать свою вселенную дизайна, в которой Вы будете создателем и сможете воплотить свои замыслы, реализуя дизайнерские задачи.

Список использованных источников

1. Иттен, И. Искусство формы / И. Иттен. – Москва : Издатель Д. Аронов, 2011. – 136 с.

2. Кучеренко, М. С. Из опыта преподавания дисциплины «Композиция» для студентов старших курсов направления «Дизайн» / М. С. Кучеренко, А. В. Мартиросов // Лучшая научная статья 2016: сборник статей победителей IV международного научно-практического конкурса. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2016. – С. 390–395.

3. Мартиросов, А. В., Кучеренко, М. С. Значение дисциплины «Пропедевтика» в рамках обучения направления подготовки 54.03.01 «Дизайн» / А.В. Мартиросов, М.С. Кучеренко // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар :

Кубанский государственнный университет, 2018. – С. 190–193.

4. Пьянков, В. Г. Особенности разработки графических текстур и их применение в современном дизайне / В. Г. Пьянков // Дизайн-образование: проблемы и перспективы : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственнный университет, 2016. – С. 328–332.

5. Рузова, Е. И., Курасов, С. В. Основы композиции в дизайне среды: Практический курс : учебное пособие. – Москва : Издательство В. Шевчук, 2014. – 216 с.

6. Элам, К. Геометрия дизайна. Пропорции и композиция. – СПб.: Питер, 2014. – 112 с.

© Пьянков В.Г., 2026

О. К. Рафаелян,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ.

М. С. Кучеренко,
доцент
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ.

ФОРМИРОВАНИЕ ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ О ПРОСТРАНСТВЕ СРЕДСТВАМИ ИНТЕРЬЕРНОГО ДИЗАЙНА

Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью эмоционального и психологического восприятия среды в современной проектной интерьерной практике. Интерьер рассматривается не только как функционально и эргономически организованная совокупность помещений, но и как система визуальных, пространственных, материальных и сенсорных стимулов, определяющих характер первичного взаимодействия человека со средой. Рассматриваются основные факторы, участвующие в формировании первого впечатления, среди которых пространственная композиция, масштаб, геометрия, свет, цвет, материалы, фактуры, визуальные акценты, ритм и характер движения человека в пространстве. Особое внимание уделяется взаимосвязи зрительного восприятия с другими сенсорными каналами и эмоционально-когнитивными реакциями человека. На основе рассмотренных положений

систематизируются основные интерьерные средства, способствующие формированию первичного образа пространства. Формулируются принципы проектирования входных и переходных зон, направленные на создание целостного эмоционального и сенсорного восприятия интерьера.

Ключевые слова: интерьерный дизайн, первое впечатление, восприятие пространства, эмоциональное восприятие, пространственная композиция, визуальное восприятие, сенсорный дизайн, психология среды, интерьер.

Современный интерьерный дизайн постепенно выходит за пределы решения исключительно функциональных и эстетических задач. Пространство рассматривается как среда, способная влиять на эмоциональное состояние человека, особенности его поведения и характер взаимодействия с окружением. В связи с этим особую значимость приобретает вопрос о том, каким образом человек воспринимает пространство в первые моменты взаимодействия с ним и какие средства интерьерного дизайна определяют характер этого восприятия.

Первое впечатление – сложный психофизиологический и эмоционально-когнитивный процесс, возникающий при первичном контакте со средой. В условиях интерьера человек воспринимает не отдельный предмет, а целостную пространственную ситуацию, включающую архитектурную структуру, предметное наполнение, свет, цвет, материалы, акустику и другие характеристики. Первоначальная оценка формируется ещё до осознанного анализа отдельных элементов интерьера. Уже при приближении ко входу или переходе из одного помещения в другое человек получает значительный объём сенсорной информации: масштаб, степень открытости, направление движения, характер освещения, цветовую гамму, визуальные акценты, свойства материалов и общее эмоциональное состояние среды. На основании этих первичных сигналов формируется предварительное представление о пространстве и предполагаемом характере пребывания в нём.

Таким образом, интерьер может рассматриваться как система первичного впечатления, в которой проектные решения объединяются в целостный образ. Дизайнер не способен полностью контролировать индивидуальную реакцию каждого человека, поскольку восприятие зависит от личного опыта, культурного контекста и психофизиологических особенностей. Однако посредством определённой организации пространства возможно создать условия, повышающие вероятность возникновения заданного эмоционального отклика.

Целью данной статьи является систематизация факторов, средств и принципов формирования первого впечатления о пространстве средствами интерьерного дизайна, а также обоснование перехода от преимущественно

визуального подхода к мультисенсорной модели проектирования первичного взаимодействия человека со средой.

Для понимания механизмов формирования первого впечатления необходимо обратиться к структуре первичного восприятия. Первоначальная оценка происходит в условиях ограниченного времени и основывается на наиболее выразительных характеристиках среды: человек сначала воспринимает пространство в целом, а затем переходит к отдельным элементам. На первом уровне происходит визуальная фиксация основных пространственных характеристик – объёма, масштаба, освещённости, цветовых отношений, композиционных элементов и визуальной доминанты. Отдельные предметы ещё не являются объектами анализа; они объединяются в обобщённый пространственный образ. Следующий уровень связан с первичной интерпретацией: человек определяет предполагаемое назначение, оценивает доступность зон, направление движения и возможные сценарии поведения. Открытая структура воспринимается как доступная и общественная, фрагментированная – как приватная. После этого возникает эмоциональная оценка: интерьер может восприниматься как спокойный или динамичный, камерный или масштабный, уютный или холодный. Именно на этом уровне формируется первоначальное эмоциональное отношение, которое в дальнейшем может корректироваться.

Одним из ключевых факторов первичного восприятия является пространственная композиция. Ещё до детального рассмотрения материалов человек воспринимает объём, соотношение частей, границы и взаимосвязь между зонами. Существенное значение имеет масштаб: пространство с небольшой высотой воспринимается как интимное и защищённое, значительная высота усиливает ощущение свободы или торжественности. Пропорции определяют восприятие устойчивости и гармоничности; их нарушение может создавать ощущение напряжения или динамичности. Характер открытости и закрытости также связан с первым впечатлением: визуальная проницаемость позволяет заранее оценить структуру помещения, частичная изоляция создаёт интригу и постепенное раскрытие.

Особую функцию выполняет направление движения, линейное расположение светильников, ритм элементов, организация мебели формируют траекторию, делая интерьер пространственным сценарием. Важнейшим элементом является визуальная доминанта – панорамное окно, произведение искусства, лестница, световой объект, позволяющая быстро организовать внимание.

Если пространственная композиция задаёт структурную основу, то свет формирует эмоциональную и визуальную выразительность. При формировании первого впечатления значение имеют интенсивность и направление светового потока, цветовая температура, соотношение

естественного и искусственного освещения, характер теней и расположение акцентов. Равномерное освещение создаёт ощущение открытости и функциональной определённости, локализованный – камерную атмосферу. Световые акценты направляют внимание, участвуя в построении сценария. Особое значение имеет первое световое впечатление при входе: резкое изменение освещённости, постепенное раскрытие или направленный акцент становятся элементами перехода между состояниями. Чрезмерный контраст или недостаточная освещённость, напротив, создают дискомфорт.

Наряду со светом значительную роль играет цветовая организация. Цвет воспринимается на ранних этапах и способен определять общий эмоциональный тон. Светлые и нейтральные оттенки способствуют восприятию пространства как открытого, насыщенные и контрастные – усиливают динамичность. Однако эмоциональное воздействие цвета не является универсальной системой: реакция зависит от культурного контекста, индивидуального опыта и сочетания с другими параметрами среды. Поэтому цвет целесообразно рассматривать как элемент взаимосвязанной системы «цвет – свет – материал – пространство».

Важной составляющей пространственного образа являются материалы и фактуры. Даже при преимущественно визуальном восприятии человек получает информацию о предполагаемых тактильных свойствах поверхности. Дерево ассоциируется с природностью и теплом, камень с устойчивостью, металл с технологичностью, текстиль с уютом. Контраст гладких и фактурных, матовых и глянцевых поверхностей создаёт более выразительный образ, однако чрезмерное количество разнородных материалов нарушает целостность восприятия. Материал в структуре первого впечатления выполняет функцию коммуникации между человеком и пространством.

Рассмотренные факторы формируют преимущественно визуальный образ. Однако современное понимание восприятия отходит от представления о человеке как исключительно визуальном наблюдателе. Пространство воспринимается через совокупность сенсорных каналов – зрение, слух, осязание, обоняние, ощущение температуры и движения. Первое впечатление целесообразно рассматривать как мультисенсорный опыт: при входе человек одновременно воспринимает изменение освещённости, акустики, температуры, характера поверхности, запаха и масштаба. Интерьер с натуральными материалами, мягким светом и спокойным акустическим фоном создаёт ощущение расслабления; сочетание холодных материалов, контрастного света и активной акустики – стимулирующий характер. Следовательно, первое впечатление формируется не отдельным приёмом, а взаимодействием нескольких характеристик среды.

Особенно очевидно значение первого впечатления проявляется в организации входных и переходных зон. Вход – граница между внешней и

внутренней средой, где происходит первоначальное знакомство с объектом. При пересечении этой границы человек получает первые сведения о масштабе, назначении и сценарии пребывания. Поэтому входная зона должна рассматриваться не просто как функциональный участок, а как композиционно и эмоционально значимый элемент. В общественном пространстве первое впечатление может строиться посредством выраженного ритма, динамичной композиции и контрастного освещения. В рекреационном – через плавные формы, природные материалы и постепенное раскрытие. Входная зона выполняет функцию «переходного механизма», посредством которого человек переключается между состояниями.

Рассмотрение основных факторов позволяет сформулировать принципы проектирования с учётом первичного восприятия. Первый – принцип целостности: свет, цвет, материалы, композиция и предметное наполнение должны работать на единый образ. Второй – композиционная иерархия: интерьер должен иметь визуальные приоритеты, позволяющие быстро определить ориентир и направление движения. Третий – управляемый визуальный сценарий: расположение акцентов, мебели и направляющих линий организует последовательность восприятия. Четвёртый – сенсорная согласованность: визуальные, акустические и тактильные сигналы должны поддерживать общий эмоциональный сценарий. Пятый – соответствие первого впечатления функциональному назначению: интерьер ресторана, образовательного учреждения, гостиницы или творческой мастерской требует различных подходов. Шестой – постепенное раскрытие пространства: последовательное предъявление зон и элементов поддерживает интерес. Седьмой – индивидуализация восприятия: задача дизайнера заключается не в гарантированном создании одной реакции, а в формировании среды, способной с высокой вероятностью вызывать заданный тип отклика.

Таким образом, первое впечатление является сложным процессом, возникающим в результате взаимодействия человека с совокупностью пространственных, визуальных, материальных и сенсорных характеристик интерьера. Проведённый анализ показывает, что интерьерный дизайн способен целенаправленно формировать предпосылки первичного восприятия, причём решающее значение имеет не отдельный приём, а система взаимосвязанных средств. Особое значение приобретает переход от визуального понимания интерьера к его рассмотрению как многосенсорной среды.

© Рафаелян О.К., 2026
© Кучеренко М.С., 2026

Д. Н. Султанова,
доктор архитектуры,
профессор Самаркандского государственного
архитектурно-строительного университета,
г. Самарканд, Узбекистан

А. Х. Хакимов,
инженер-строитель (ООО Фарзона Стайл Сервис)
Самаркандского государственного
архитектурно-строительного университета,
г. Самарканд, Узбекистан

СОВРЕМЕННАЯ ПЛАНИРОВКА И ЗАСТРОЙКА ПОСЁЛКОВ ГОРОДСКОГО ТИПА ГОРОДА САМАРКАНДА

В статье отмечается, что в городах Узбекистана, особенно в Самарканде развивается проект детальной планировки в застройка городов и посёлков городского типа, таких как Фарход и Ширин. Обращается внимание на нормативные данные, которые не соблюдены на примере массива Корасув и др.

Ключевые слова: микрорайоны и жилые массивы, Корасув, Сартепа, микрорайон, 5 микрорайон, Фарход и Ширин, композиционные решения, красная линия, детские сады, школы, урбанизация, концепции формирования, ландшафтное решение.

Развитие города Самарканда должно происходить с устройством инфраструктуры, с разработкой проекта детальной планировки (ПДП), размещением микрорайонов и жилых массивов, а также посёлков городского типа.

Расширение территории города и развитие планировалось на западной и юго-западной части города Самарканда с отчуждением земель колхозов. Это было востребовано, поскольку город нуждался в новой планировке и создании современной инфраструктуры, отвечающей современному развитию: со строительством многоэтажных жилых домов с улучшенной планировкой, детских садов, школ, культурно-просветительских учреждений, парков и транспортной инфраструктуры.

Большое значение при таком развитии имеют вопросы инженерных коммуникаций: водоснабжение, бытовая и ливневая канализация, газоснабжение, электроснабжение. К большому сожалению, ландшафтное решение не было учтено в разработке планировки.

Детальная планировка (ПДП) микрорайонов и жилых массивов города Самарканда разработана ведущими архитекторами и инженерами института УзНИИП градостроительства, город Ташкент, с учетом действующих

строительных норм и правил. Этой же организацией было выполнено планирование развития и застройки территорий пригородных зон и сельских населённых пунктов. Разработка рабочих чертежей строительства жилых массивов и микрорайонов с учётом всех инфраструктур была поручена Самаркандскому филиалу УзНИИП градостроительства, образованному в 1969 году. Им было разработано масштабное строительство крупнопанельных жилых домов 4-9 этажных, а также 4-этажных кирпичных домов. Школы и детские сады – 2-этажные из сборных железобетонных конструкции серии ИИС-04 и кирпичных. Разработка рабочих чертежей, проектирование и строительство осуществлялось строго в соответствии проектом детальной планировки и инфраструктурой.

Есть требования СанПиН и экологические нормы по размещению жилой застройки с инфраструктурой, а также промышленных зон. Последнее время выполнение требований этих документов проектировщиками во главе с ГорАПУ и ОблАПУ не выполняются, что стирает границы между жилыми и промышленными зонами, что влияет на экологию жилых зон и планирование инфраструктуры. Этому явно свидетельствует строительство цементного завода в жилой застройке посёлков Фархад и Ширин города Самарканда. Рядом с цементным заводом действующий парк культуры и отдыха «Зарафшан», спортивный стадион, боксерский зал и школа. Другой пример – многоэтажный дом, построенный рядом с мусульманским кладбищем по улицам Дехоти и Ибн Сина.

В массиве Карасу были размещены дома этажностью от 7 до 25 этажей, у которых ирригация в принципе не соответствует своему назначению, сечения маленькие.

План планирования развития и застройки территорий городских и сельских населенных пунктов (ШНК 2.07.01-03), утвержденный приказом Госкомитета Республики Узбекистан по архитектуре и строительству от 12 августа 2003 года №40, и внесенные дополнения в соответствии с приказом Госархитектстроя от 27 июня 2008 года №59, где отражены 12 разделов, включающих всю инфраструктуру и 11 приложений, отражающие требования нормативных документов, обязательные к исполнению.

При индивидуальной разработке и планировании многоэтажных жилых домов наблюдается несоответствие требований строительных норм для жилья, таких как инсоляция, освещение, вентиляция; некоторые жилые комнаты спланированы как глухие помещения, не имеющие естественны источников инсоляции и освещения. Это недопустимо.

На сегодняшний день при выдаче архитектурно-планировочного задания для проектирования городской архитектуры в документации не указывают красную линию, абсолютную отметку пола первого этажа относительно дороги или тротуара, не говоря о линии застройки в соответствии ПДП, если такая есть. Отступ от красных линий магистральных улиц скоростного, непрерывного и регулируемого движения

следует принимать в зависимости от уровня шума в соответствии расчета по уровню шума по КМК 2.01.08-96 «Защита от шума». Увы, это практически не соблюдается.

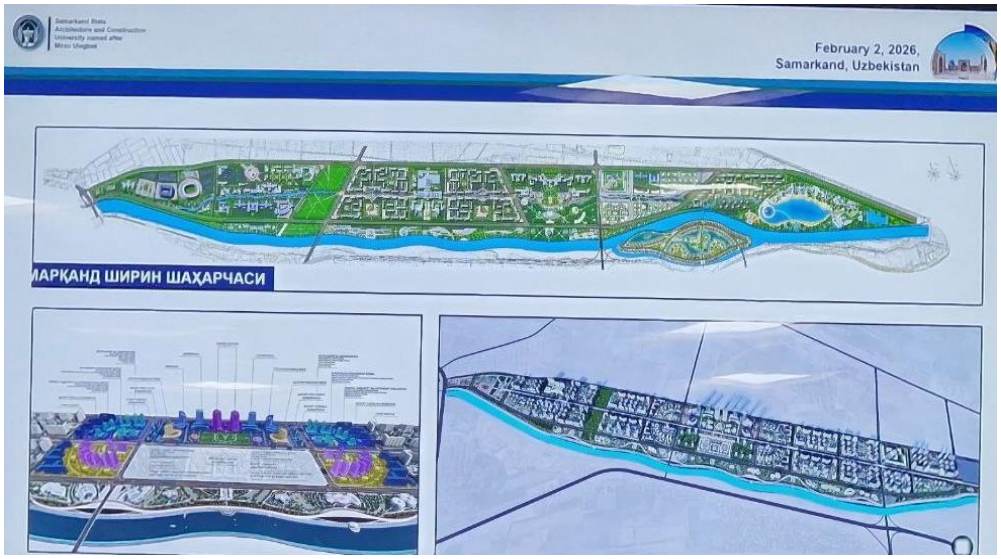


Рисунок 1 – Городок Ширин города Самарканда. Генплан и ПДП

При проектировании и планировании территорий нынешних жилых массивов и микрорайонов и группы жилых домов – многоэтажных и высотных – необходимо было бы учесть в полном масштабе размещение площадок общего пользования различного назначения, размеры которых и расстояния от них до жилых и общественных зданий принимается по соответствующим таблицам строительных нормы по Планированию развития и застройки территорий городских и сельских населенных пунктов, что является законом. Наблюдается несоответствие требованиям норм в массиве Корасув, застройке по ул. Амира Темура, и уплотнение за счёт общественных площадок – в микрорайоне Согдиана и в массиве Саттепо.

Производственно-промышленная зона. Строительство новых промышленных предприятий и других объектов градообразующего значения в крупных городах ограничивается, за исключением объектов, необходимых при реконструкции промышленных зон в качестве технологических звеньев и элементов замкнутых (безотходных) комплексов. Размещение в составе существующих предприятий новых производств и малых предприятий другого профиля допускается в тех случаях, когда класс санитарной вредности основного производства не влечёт ухудшения экологических условий. Вопреки этим требованиям в центре жилой застройки посёлков Фархад и Ширин города Самарканда были построены цеха цементного завода мощностью по 0,5 и 1,0 т. тонн выпуска цемента в год. При этом рядом с цементным заводом расположены парк культуры и отдых «Зарафшон», спортивный стадион и буквально на

территории открыта частное лечебное учреждение.

Изложенные факты говорят о том, что архитекторы и ответственные лица хокимията, санэпидстанции, экологи не делают различия в подходах при проектировании жилой застройки и промышленной зоны с вредным производством.

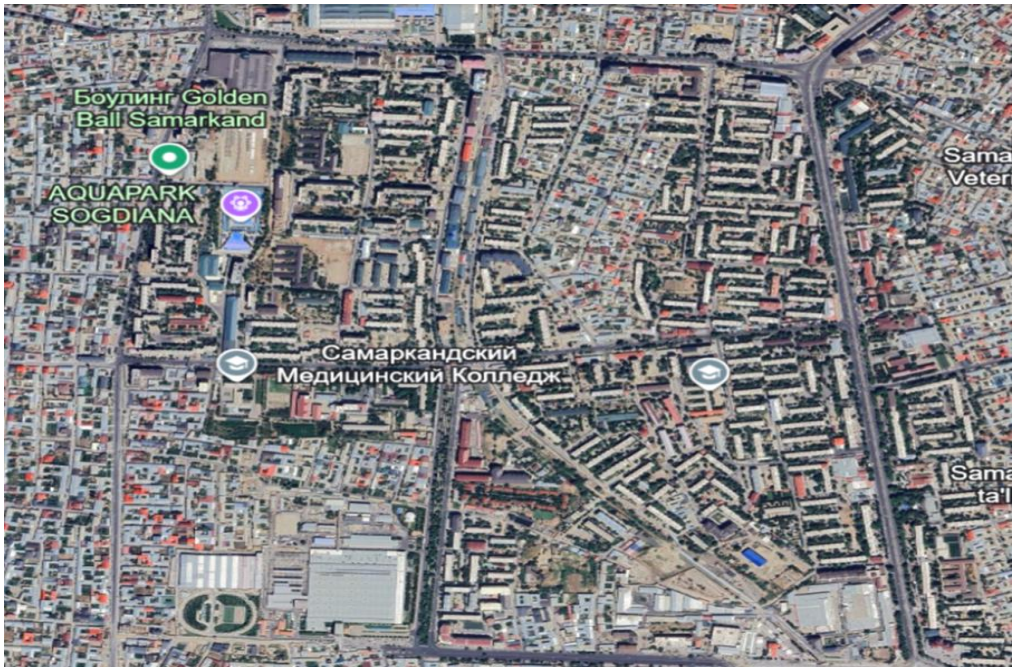


Рисунок 2 – Ситуационное расположение Микрорайонов «Согдиана», «А» и «Б» по ул. Нарпайская и Буюк Ипак Йули

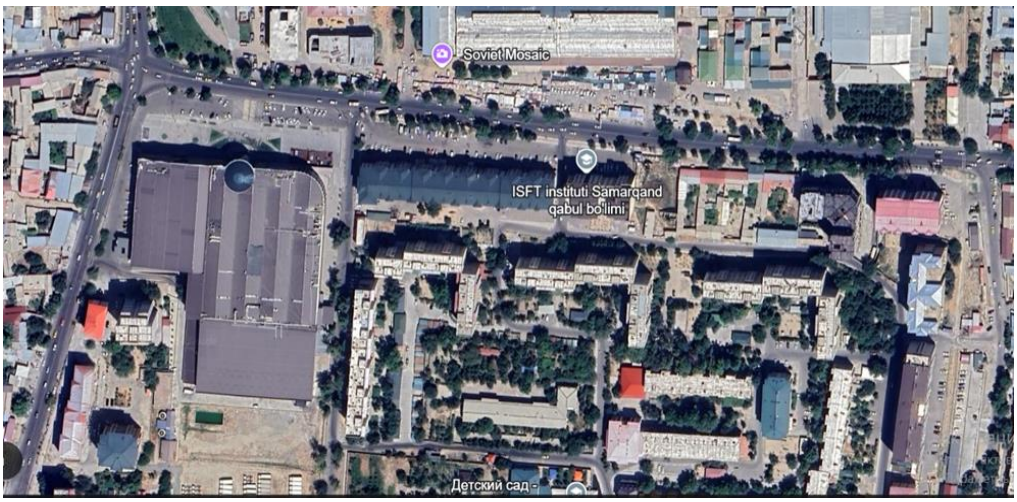


Рисунок 3 – Уплотнение жилых зданий напротив бывшего 2-ДСК

Ситуационное расположение часть микрорайона «Согдиана» с дополнительной застройкой перед 9 и этажным жилыми домами на территории зеленой зоны и размещения здания Боулинг Golden Dfll Samarkand вместо парка отдыха по ул. Нарпайская, что практически закрывает облик и красоту 9-и этажных жилых домов в целом. Место застройки здания Боулинг Golden Dfll Samarkand_выбрана неудачно и не

профессионально.



Рисунок 4 – Застройка без соблюдения строительных нормативов
на ул. Рудаки г. Самарканда

Строительства 30-этажных жилых домов напротив бани №6 спректировано так, что строящееся здание очень близко расположено к красной линии и линия застройки не отвечает всем требованиям по планировке и застройке, особенно по защите от шума близ лежащих дорог.



Рисунок 5 – Застройка ул. Ибн Сина

Строительство многоэтажного жилого дома напротив действующего мусульманского кладбища на пересечение с ул. Дехоти, что по санитарным нормам не рекомендуется.

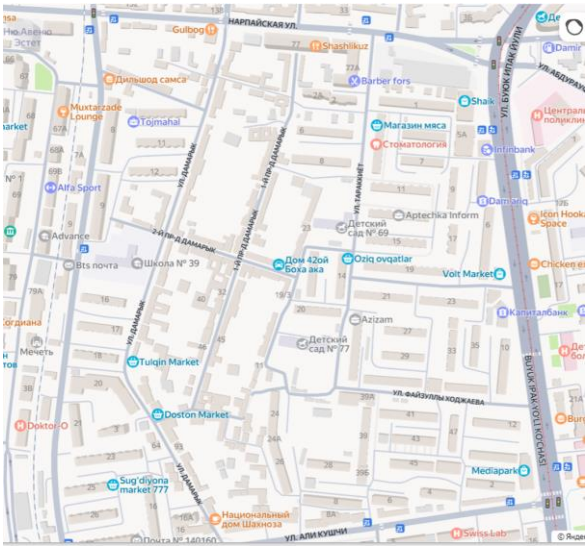


Рисунок 6 – Карта микрорайона «А» по ул. Нарпайская и Буюк Ипак Йули

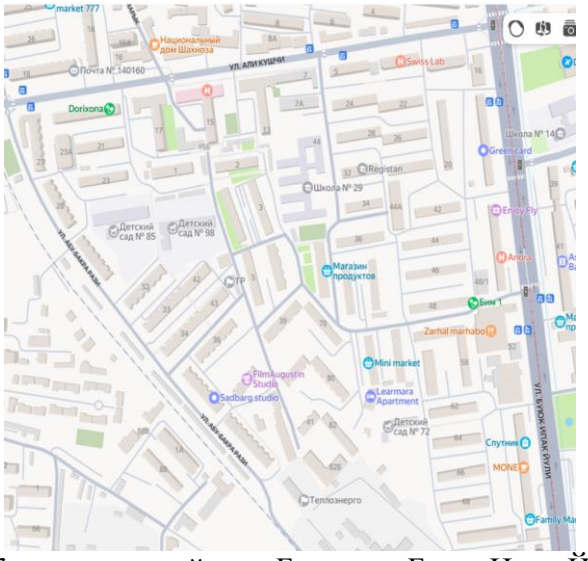


Рисунок 7 – Карта микрорайона «Б» по ул. Буюк Ипак Йули и Али Ку



Рисунок 8 – Оценка по планировке и инфраструктуры
приведена выше в текстовой части

Жилой массив Карасу. На этой территории размещены часть бульвара и детский сад с выходом прямо на проезжую часть дороги. По центру ирригационная сеть, далее по двум сторонам – зеленая зона и пешеходная дорожка, сливающиеся с дорогой. Это непрофессиональное решение, поскольку пешеходы и дети, выходящие из детского сада всегда находятся в опасности.



Рисунок 9 – Общая карта жилого массива Корасув



Рисунок 10 – Фрагмент поселка Фархад города Самарканда



Рисунок 11 – Карта посёлка Фархад с инфраструктурой

Список использованных источников

1. Султанова Д.Н. Крупнопанельное домостроение в градостроительстве Самарканда (Узбекистан)// Архитектура, строительство, транспорт./ Architecture, Construction, Transport (ACT) 2024; № 4: - С.35–43.

2. (РФ ОАК журнали) https://doi.org/10.31660/2782-232X-2024-4-35-43

Султанова Д.Н. Harmony Of Art In Architecture Of Uzbekistan / Гармония искусства в архитектуре Узбекистана// The American Journal of Social Science and Education Innovations. (ISSN – 2689-100x) Published: May 17, 2021 | Pages: 87-94

3. Doi: https://doi.org/10.37547/tajssei/Volume03Issue 05-16 IMPACT FACTOR 2021: 5. 857 OC LC - 1121105668 – Б. 87-94

4. Султанова Д.Н. Возникновение и взаимосвязь монументальной живописи в традиционной архитектуре Средней Азии// Молодой учёный. (рубрика: Искусствоведение, часть 4). декабрь №12. – Казань, 2013. ISSN 2072-0297. -Б. 710-719. (18.00.00; Ulrichs Periodicals Directory, №18) IF=0.513. https://moluch.ru/archive/59/7976/

5. Султанова Д.Н. Анализ применения изобразительных средств агитатsii и пропаганды (ИСАП) в городской и архитектурной среде// Меъморчилик ва қурилиш муаммолари (илмий-техник журнал). 3-сон. СамДАҚИ.-Сам.,2012.-Б.-35-40.

6. Султанова Д.Н. Exploring the Saratepa fortification castle around Samarkand / Изучение фортификационного замка Саратепа вокруг Самарканда// European International Journal Of Mu.Ltidisciplinary Research And Management Studies/2024 Evropa xalqaro multidisipliner tadqiqotlar va Menejment tadqiqotlari jurnali (EIJMRMS). V- 4. ISSUE 12. Германия. -Б. 246-254. Article Link:-https://eipublication.

7. Султанова Д.Н. История замка Заргартепа города Самарканда//“Экономика и социум” №137/10. Россия- 2025. ЭС-2025-090195 Экономика и социум - magazine-red@yandex.ru https://iupr.ru/.com/index.php/eijmrms/article/view/2339 Article Crossref doi:-https://doi.org/10.55640/eijmrms-04-12-45.

8. История культуры строительства жилых помещений на территории Узбекистана
https://www.researchgate.net/publication/371788318_istoria_kultury_stroitelstva_zilyh_pomesenij_na_territorii_uzbekistana

9. Возрождение индустриального домостроения в Узбекистане
https://www.comcon.pro/o-kompanii/stati-o-nas/vozrozhdenie-industrialnogo-domostroeniya-v-uzbekistane.html

10. Строительная индустрия Узбекистана: перспективы развития/ https://cyberleninka.ru/article/n/stroitelnaya-industriya-uzbekistana-perspektivy-razvitiya/viewer

11. Как менялось строительство многоэтажек в Ташкенте – Новости Узбекистана – Газета.uz / Тошкентда кўп қаватли уйлар қурилиши қандай ўзгарди? – Ўзбекистон янгиликлари – Газета.uz https://www.gazeta.uz/ru/2022/02/08/tashkent-buildings/

12. Традиционная жилая архитектура Ташкента XIX – начала XX в.. Зухра Досметова | San'at | Archive of San'at magazine https://sanat.orexca.com/2000-rus/2000-1-2/zuhra_dosmetova/

13. Строительный потенциал Нового Узбекистана

14. ШНК 2.07.01-03 «Градостроительства. Планирование развития и застройки территории городских и сельских населённых пунктов»

15. ШНК 2.08.01-05 «Жилые здания»

16. КМК 2.01.01-94 «Климатические и физико-геологические данные для проектирования»

17. КМК 2.01.03-19 «Строительства в сейсмических районах»

18.КМК 2.01.08-96 «Защита от шума»

19.КМК 2.01.05-98 «Естественное и искусственное освещение»

© Султанова Д.Н., 2026
© Хакимов А.Х., 2026

УДК 7.021.23

В. С. Токарев,
Донской государственный технический университет,
Ростов-на-Дону, РФ

М. Г. Плотникова,
Донской государственный технический университет,
Ростов-на-Дону, РФ

Т. М. Рамазанова,
ИСоиП филиал ДГТУ
г. Шахты, Ростовская область, РФ

КАЧЕСТВЕННОЕ УЛУЧШЕНИЕ РАБОЧЕЙ ИНТЕРАКТИВНОЙ СРЕДЫ 3D-ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИЗАЙНЕРОВ

В статье представлен обзор NVIDIA Omniverse, Spatial Analogue, Cerebro, Pixso2.0, а также нейросетевых сервисов для генерации трёхмерных объектов Tripo AI, Meshy, Seed3D. На основе сравнительного анализа существующих аналогов и предложенных авторами сценариев (индивидуальное прототипирование, удалённое согласование с клиентом, коллективная работа, презентация проектов) показана актуальность

разработки. Практическая ценность работы состоит в создании методической базы для внедрения интерактивных 3D-пространств в ежедневную профессиональную деятельность дизайнеров.

Ключевые слова: 3D-пространство, проектная деятельность дизайнеров, веб-платформа, нейросетевая генерация, совместная работа, коммуникация.

Любой дизайн-проект, независимо от направления, проходит через стандартные фазы: формирование идеи, визуальное воплощение, обсуждение правок с заказчиком, внесение изменений в проект и итоговая презентация. Однако на практике эти этапы часто оказываются в конфликте. Для построения трёхмерной сцены специалист запускает программное обеспечение Blender, 3dsMax или SketchUp. Для переписки с клиентом переключается на мессенджеры и электронную почту. Ззамечания фиксирует либо в текстовых файлах, скриншотов и пометок на полях документов. Разобщённость инструментов ведёт к долгострочности проекта, толкованию правок и многократным повторным согласованиям. Исследование, опубликованное в «Proceedings of the Design Society» 2024, подтверждает, что большинство существующих генеративных дизайн-инструментов применимы на отдельных стадиях творческого процесса, что доказывает невозможность полной автоматизации проектирования и необходимость создания оригинальность вспомогательных средств, расширяющих возможности человека [1].

Переход компаний на удалённый и гибридный формат работы усугубил ситуацию. Глава компании Spatial отмечает, что при распределённой работе теряются сигналы, объяснить сложные пространственные решения, не находясь у одного экрана, становится крайне затруднительно [2]. В результате опроса, дизайнеров и других участников проектной деятельности: 85% респондентов-дизайнеров указали на трудности при согласовании объектов дизайна, а 70% производителей пожаловались на «регулярные недопонимания», из-за недостаточной визуализации.

На данный момент появились отдельные решения, призванные улучшить коллаборацию в трёхмерном пространстве. NVIDIA представила платформу Omniverse, построенную на стандарте OpenUSD и позволяющую связывать более двадцати творческих приложений для совместной работы [3]. Компания Spatial выпустила приложение Analogue для Apple Vision Pro, обеспечивающее «первую совместную платформу для погружения в 3D-опыт», где команды могут разрабатывать проект от старта до финиша, манипулируя объёмными моделями и обсуждая детали в реальном времени [4,5]. Для управления проектами в области креативных индустрий появились системы типа Cerebro, объединяющие задачи, файлы,

коммуникации и аналитику, а также облачные сервисы для UI/UX-дизайна (Pixso 2.0) [6, 7]. Анализ тенденций показывает, что ни один из этих продуктов не сочетает в себе одновременно 3D-моделирование в реальном времени, и нейросетевую генерацию эскизов, видеосвязь с возможностью комментирования непосредственно на модели в едином браузерном интерфейсе без установки специального ПО. Заполнить этот пробел призвана концепция веб-платформы «Дизайн-Хаб».

Для обоснования актуальности разработки было проведено сравнение существующих на рынке решений по ряду критериев, важных для дизайнера: поддержка совместной работы с 3D, наличие видеозвонка и чата, возможность комментировать прямо на проектируемой модели, работа в браузере без установки тяжёлого софта, а также функция нейросетевой генерации трёхмерных объектов по двухмерным изображениям. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ существующих инструментов для проектной деятельности дизайнеров

Критерий / Решение	Совместная работа в 3D	Видеозвонок /чат	Комментирование на модели	Браузер, установка ПО не требуется	Нейросетевая генерация 3D по 2D
NVIDIA Omniverse	Да (через OpenUSD)[3]	Нет	Нет	Нет (нужен мощный ПК)	Нет
Spatial Analogue	Да (VR) [4] [5]	Нет	Да (через стилус)	Нет (требуется Vision Pro)	Нет
Cerebro	Нет	Да	Да (к задачам)	Да [6]	Нет
Pixso 2.0	Нет	Нет	Да (к макетам)	Да	Нет
Style3D	Да (для одежды)	Нет	Да	Да	Нет
Tripo AI / Meshy	Нет	Нет	Нет	Да	Да
Предлагаемая концепция «Дизайн-Хаб»	Да	Да	Да	Да	Да

Из таблицы видно, что коммерческие продукты покрывают только отдельные потребности. Например, сервисы нейросетевой генерации (Tripo AI, Meshy) активно набирают популярность [8], но не дают возможности совместного редактирования. VR-решения типа Spatial Analogue обеспечивают высокий уровень погружения, однако требуют дорогого

оборудования. Универсальные системы управления проектами не работают с трёхмерной графикой. Поэтому создание веб-платформы, объединяющей все необходимые функции, является оправданным шагом. При этом, как подчёркивают Peckham, даже самые совершенные генеративные инструменты не способны заменить творческое мышление человека, поэтому их роль – ускорять рутинные операции и усиливать креативные способности дизайнера [1].

Разрабатываемая платформа «Дизайн-Хаб» представляет собой веб-приложение, доступное через обычный браузер без установки дополнительного программного обеспечения. Проектное решение включает пять основных модулей, каждый из которых отвечает за определённый аспект проектной деятельности.

Блок коллективной 3D-среды.

Сцена может быть открыта для одновременной работы до пяти участников. Любые трансформации объектов (перемещение, поворот, масштабирование) мгновенно синхронизируются у всех пользователей. Курсоры отображаются с подписями имён. Технически этот блок реализован на движке Babylon.js, который обеспечивает высокую производительность благодаря WebGL и WebGPU, поддерживает PBR-материалы, анимацию и импорт моделей в форматах: gltf, .glb, .obj.

Блок конфигурации окружения.

Предусмотрено три уровня настройки: использование готовых пресетов (например, выставочный зал или минималистичная комната); генерация фонового пространства по текстовому описанию (промпту) с помощью нейросети; ручное изменение материалов, текстур и источников света.

Блок работы с объектами.

Пользователь может загружать собственные 3D-модели, обращаться к встроенной библиотеке пресетов, а также запускать нейросетевую генерацию трёхмерной модели из двухмерного изображения (эскиза или фотографии). Полученный объект можно масштабировать, вращать, изменять его цвет, текстуру и прозрачность.

Блок коммуникации.

Интегрирован видеозвонок (на основе WebRTC), текстовый чат и система «пинов» – возможность привязывать текстовые комментарии к конкретным точкам 3D-модели. Опыт использования Spatial Analogue показывает, что именно возможность интуитивно понятного комментирования непосредственно на модели является ключевым фактором эффективной коллаборации [2].

Блок сохранения и экспорта.

Платформа автоматически сохраняет состояние сцены, позволяет делать снимки экрана (рендеры) и выгружать сцену в файл для дальнейшего использования в других CAD-системах.

Рассмотрим сценарии профессионального применения

На основе анализа функциональных возможностей и современных тенденций организации проектной работы предложены пять типовых сценариев.

Сценарий 1. Индивидуальное прототипирование. Дизайнер создаёт новую сцену, генерирует окружение по текстовому описанию, загружает наброски проектируемых изделий и с помощью нейросети получает их трёхмерные версии. После настройки освещения он экспортирует несколько ракурсов для портфолио или технического задания.

Сценарий 2. Удалённое согласование с заказчиком. Дизайнер отправляет клиенту ссылку на сцену и запускает видеозвонок. Заказчик самостоятельно вращает камеру, оставляет пометки («пины») на интересующих его деталях. Дизайнер сразу вносит правки, и обновлённая сцена становится видна всем участникам.

Сценарий 3. Коллаборация внутри дизайн-команды. Несколько дизайнеров одновременно редактируют один проект. Синхронизация исключает конфликты версий. Арт-директор или клиент могут подключаться к обсуждению на любом этапе, а не только на финальной презентации [2].

Сценарий 4. Презентация портфолио и конкурсных работ. Специалист готовит интерактивную 3D-сцену, которую демонстрирует жюри или потенциальным заказчикам. Возможность свободно перемещаться по пространству и рассматривать объекты с разных сторон повышает убедительность подачи.

Сценарий 5. Обучение и проектные семинары. Платформа может использоваться в учебных заведениях для выполнения групповых заданий и взаимного рецензирования. Преподаватели оставляют замечания прямо на моделях студентов и отслеживают ход выполнения работ.

Проведённое исследование подтверждает, что концепция «Дизайн-Хаб» органично вписывается в общий тренд цифровизации проектной деятельности. Успешные примеры NVIDIA Omniverse, Spatial Analogue, Style3D и Cerebro показывают, что рынок движется к интеграции трёхмерной визуализации, совместной работы и коммуникации [3,4,6].

Ограничением настоящего исследования является то, что платформа находится на стадии прототипа. Требуется дальнейшее тестирование на реальных проектах для количественной оценки ускорения согласования (по предварительным расчётам, число итераций может сократиться на 30–40%). Также необходима оптимизация работы со сценами высокой полигональности. В качестве перспективных направлений развития можно выделить интеграцию с каталогами реальных поставщиков материалов, создание мобильной версии для просмотра проектов, а также адаптацию платформы для смежных областей: строительства и ремонта, ландшафтного дизайна, розничной торговли мебелью.

В результате работы разработана и обоснована концепция интерактивного 3D-пространства «Дизайн-Хаб» как универсального средства для проектной деятельности дизайнеров. Сравнительный анализ показал, что ни один из существующих коммерческих продуктов не предоставляет полного набора функций в едином браузерном интерфейсе. Функция автоматического синтеза трёхмерных моделей из двухмерных эскизов, интегрированная непосредственно в среду совместной работы, позволяет дизайнеру, не владеющему сложными инструментами моделирования, быстро переходить от наброска к визуализации.

Предложенные сценарии (индивидуальная работа, удалённое согласование, командная коллаборация, презентации, образовательные семинары) демонстрируют универсальность платформы для различных видов профессиональной деятельности дизайнеров.

Практическая значимость работы заключается в создании методической основы для внедрения интерактивных 3D-пространств в повседневную профессиональную практику. Перспективы дальнейших исследований связаны с реализацией действующего прототипа, его апробацией на реальных проектах, интеграцией с каталогами поставщиков, а также адаптацией для использования в смежных сферах – графическом оформлении помещений, дизайне, розничной торговле дизайн-оборудования и подготовке специалистов направления «дизайн».

Список использованных источников

1. Peckham O.R., Hicks B., Goudswaard M. Are generative design tools creative? A characterisation of tools throughout the design process // Proceedings of the Design Society. Cambridge University Press, 2024. Vol. 4. P. 1–10.

2. How Spatial Analogue rethought collaboration // Apple App Store Stories. 2025. URL:https://apps.apple.com/ru/story/how-spatial-analogue-rethought-collaboration

3. MSI и NVIDIA Studio: продуктивная совместная работа с помощью OpenUSD и NVIDIA Omniverse // MSI. 2023. URL: https://ru.msi.com/blog/msi-nvidia-studio-productive-collaboration-with-openusd-and-nvidia-omniverse

4. Вышло приложение Spatial Analogue для Vision Pro, где дизайнеры могут совместно работать в виртуальной реальности // iPhone.ru. 2024. URL: https://www.iphones.ru/iNotes/vyshlo-prilozhenie-spatial-analogue-dlya-vision-pro-gde-dizaynery-mogut-sovmestno-rabotat-v-virtualnoy-realnosti

5. Spatial Ships Native Collaborative 3D Immersive Experience Design Platform for the Apple Vision Pro //MacTech.com. 2025. URL:https://www.mactech.com/2025/06/24/spatial-ships-native-collaborative-3d-immersive-experience-design-platform-for-the-apple-vision-pro/

6. Организация работы креативных команд: обзор системы Cerebro // Компьютерра. 2026. URL:https://www.computerra.ru/337219/organizatsiya-

raboty-kreativnyh-komand-obzor-sistemy-cerebro/

7. Pixso 2.0: обновление платформы для командной работы над дизайном // Syssoft. 2025. URL:https://www.syssoft.ru/novosti-vendorov/pixso-2-0-obnovlenie-platformy-dlya-komandnoy-raboty-nad-dizaynom/

8. Нейросеть для создания 3D моделей: лучшие ИИ-сервисы и примеры // Jivo. 2025. URL:https://www.jivo.ru/blog/ecommerce/nejroseti-dlja-sozdanija-3d-modelej.html

© Токарев В.С., 2026
© Плотникова М.Г., 2026
© Рамазанова Т.М., 2026

К. А. Тоссу-Чобо,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

М. Н. Марченко,
д-р пед. наук, профессор, заведующая кафедрой дизайна,
компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРОВ И ЗЕЛЕНЫХ НАСАЖДЕНИЙ

В статье рассматривается, как эмоциональный дизайн помогает снизить стресс, повысить психологический комфорт и укрепить связь человека с природой. Рассматривается разработка подхода к переосмыслению современной окружающей среды, чтобы сделать её эмоционально благоприятной для пользователей.

Ключевые слова: эмоциональный дизайн, окружающая среда, хорошее самочувствие, пространственная психология, ландшафтный дизайн, уличный свет, зелёная зона, человек и природа, дизайн интерьеров и зелёных насаждений, терапевтическое пространство.

В условиях ускоренной урбанизации, кризиса психического благополучия и растущего спроса на «живые» уголки, роль экологического дизайна претерпевает глубокие изменения. Речь идет уже не просто о создании функциональных пространств, а о создании пригодных для жизни

условий, благоприятно влияющих на физическое и психо-эмоциональное состояние пользователей, способных успокоить, вдохновить, зарядить энергией или восстановить связь человека с самим собой. Именно в результате взаимодействия человека с природой возникает эмоциональный дизайн, который ставит эмоциональный опыт в центр пространственного дизайна. Под эмоциональным дизайном мы понимаем художественно-творческую деятельность по преднамеренному созданию среды, внутренней или внешней, способной вызывать определенные эмоции (спокойствие, радость, безмятежность, удивление, ностальгию). Эмоциональный дизайн опирается на прочные научные основы психологии, неврологии и перцептивной экологии.

Цель данного исследования – изучить научные и концептуальные основы эмоционального дизайна, проанализировать сенсорные механизмы, участвующие в создании эмоций, и показать, как внутренняя среда и зеленые насаждения могут быть спроектированы таким образом, чтобы вызывать положительные эмоциональные переживания. Статья основана на исследованиях в области психологии окружающей среды, нейроархитектуры и биофилии.

Эмоциональный дизайн основан на принципах экологической психологии, нейроархитектуры и биофилии. Согласно этим дисциплинам, на человеческие эмоции влияют сенсорные факторы, такие как свет, цвет, текстура, а также когнитивные элементы – память, культурные ассоциации и естественные раздражители: растения, вода, дневной свет. Центральный тезис заключается в том, что физическая среда может действовать как эмоциональный модулятор, влияя на настроение, стресс, креативность, внимание или даже восприятие времени.

Эмоциональный дизайн попадает под действие не декоративной интуиции, а строгой теоретической основы. Теория эмоций окружающей среды, разработанная Мехрабианом и Расселом в 1974 году, составляет один из ее столпов – любая среда вызывает эмоциональное состояние в трех измерениях: удовольствие, уровень физиологической активации, называемый возбуждением, и доминирование. Например, горячий кофе в стенах уютного кафе доставляет большое удовольствие, низкий уровень физиологической активации и сильное доминирование – идеальные условия для расслабления. И наоборот, открытое, яркое и красочное пространство, такое как творческая мастерская, например, стимулирует эмоциональное возбуждение и способствует повышению энтузиазма.

Эмоциональный дизайн мобилизует палитру мультисенсорных рычагов. Цвет способен влиять на психическое, эмоциональное состояние человека, как позитивно, – улучшить его самочувствие, поднять настроение, повысить работоспособность, принять нужное решение и т.п., так и негативно – вызывать уныние, подавлять у человека настроение и самообладание [6]. Так, в дизайне интерьера цвет остается мощным

инструментом, например, теплые цвета (желтый, оранжевый, красный) ассоциируются с энергией, динамизмом и повышают эмоциональное возбуждение. Холодные цвета (синий, голубой, изумрудный зеленый, бирюзовый) способствуют повышению концентрации, спокойствию и умиротворению. Выбор цветовой гаммы в интерьере жилых и общественных пространств должен соответствовать его прямому назначению – в зоне отдыха предпочтение отдается мягким тонам, в то время как творческое пространство может сочетать динамичные цветовые контрасты. Но, прежде всего, интеграция натуральных материалов, таких как лакированное дерево, глина, необработанный камень, создает подлинную тактильную связь, снижая стресс за счёт активации парасимпатической системы.

Свет в дизайне интерьера и пространственной среды работает как генератор атмосферы. Так, естественный свет напрямую влияет на биологические циклы человека. В дизайне интерьера модуляция света (направленного, рассеянного, цветного) позволяет создавать атмосферу от таинственности до безмятежности. Теплый свет создает обволакивающую атмосферу, в то время как холодный свет повышает бдительность. Тактильно приятные натуральные текстуры и материалы влияют на потребителя как эмоциональные элементы, например, натуральные материалы, такие как дерево, ротанг, камень, передают тепло и аутентичность, усиливая ощущение комфорта. Мягкий текстиль или другие тактильные поверхности позволяют усилить эмоциональное состояние при прикосновении.

Роль зеленых насаждений в эмоциональном дизайне так же велика, как и у натуральных материалов, Прежде всего это источники биофилии, а также положительных эмоций наряду с водяными фонтанами или искусственными водопадами, органическими формами. Украшать интерьер живыми растениями можно круглый год. Даже при отсутствии возможности размещения в интерьере горшечных растений, можно легко создавать настенные флористические композиции любой тематики и направленности [5].

Биофилия относится к врожденному влечению человека к природе. Зеленые насаждения благотворно влияют работу мозга – снижают уровень кортизола, улучшают самочувствие, регулируют настроение. Сад, зеленая терраса или городской парк могут вызывать такие эмоции, как спокойствие, удивление, повысить жизненную энергию, повышает желание провести самоанализ. Бассейны, водопады или простые фонтаны создают звуковое и визуальное умиротворение. Растения, с другой стороны, обеспечивают движение, сезонные колебания и прямую сенсорную связь. Органические формы, напоминающие природные формы, такие как изгибы, спирали, плавные объемы, усиливают эмоциональную гармонию. Зеленые насаждения могут быть спроектированы как маршруты, логически

корректируя направление движения человека, где каждая зона, помимо прочего, вызывает эмоции: теневая зона для медитации, цветочная зона для созерцания, открытая поляна для энергии и свободы. Это эмоциональное структурирование превращает пространство в захватывающий опыт. Помимо эстетической и созерцательной функции в интерьере, растения к тому же обладают терапевтическим эффектом, улучшают настроение человека, создают благоприятную психологическую атмосферу, поглощают вредные компоненты в воздухе, помогают избавиться от однообразия [5].

Современные тенденции демонстрируют постепенное слияние внутреннего и внешнего. Этот эффект «внутри-снаружи» усиливает эмоциональное воздействие пространств – крытые сады, зеленые насаждения, открытые патио, входные и выходные зоны из натуральных материалов, обрамленные виды на природу. Такие устройства позволяют создать эмоциональную преемственность, в которой природа становится основным действующим лицом в дизайне.

Хотя эмоциональный дизайн предоставляет значительные возможности в проектировании медицинских учреждений (психологических центров, пансионатов), образовательных учреждений, жилых пространств, он также поднимает этические вопросы: можем ли мы невербально «манипулировать» эмоциями других людей при помощи архитектуры? Где проходит граница между доброжелательностью и контролем? Чрезмерно нормативная концепция рискует свести на нет разнообразие темпераментов – то, что успокаивает одного, может подавить другого. Таким образом, эмоциональный дизайн никогда не должен быть односторонним, но должен предлагать спектр возможных впечатлений, от спокойных зон до динамичных пространств, позволяя каждому человеку выбирать свой эмоциональный ритм. С другой стороны, эмоции, вызванные пространством, всегда опосредуются личным опытом. Цвет, запах или текстура могут активировать бессознательные воспоминания, делая эмоциональный эффект непредсказуемым. Природные образы, объекты, символы, эмоции и ассоциации, формируются экологические мировоззренческие установки общества, возрождается гармоничное природное начало человека, оздоравливается его среда обитания, благоприятно воздействуя на его психологическое, эмоциональное и физиологическое состояние [7].

Эмоциональный дизайн сегодня является важным инструментом для создания пространств, отвечающих психологическим и сенсорным потребностям пользователей. Сочетание дизайна интерьеров и зеленых зон позволяет создавать места, которые не просто функциональны, но и пробуждают, успокаивают, вдохновляют и преображают человека. Эмоции больше не являются просто побочным эффектом дизайна, они – его конечная цель. Интерьеры, обогащенные природными материалами, оттенками и формами предлагают захватывающий эмоциональный опыт,

где цвет, свет, текстуры и растительность взаимодействуют, оказывая осознанный и измеримый эмоциональный эффект на пользователя. В эпоху, когда психическое здоровье становится приоритетом, эмоциональный дизайн играет ведущую роль при проектировании общественных пространств «будущего» – мест, которые питают людей, положительно влияя на их эмоциональное состояние.

Список использованных источников

1. Ажгихин С. Г., Селезнева Т.В. Специфика проектирования жилого помещения с учетом потребностей и интересов жильцов // Наука, образование, общество // 2014. №1 (1) С. 42-49.

2. Кайохен, К. Свет и циркадные ритмы / К. Кайохен // Journal of Biological Rhythms. – 2007. – Т. 22, № 1. – С. 80–90. – DOI 10.1177/0748730406297591..

3. Кандинский В. В. О духовном в искусстве / В. В. Кандинский. – Москва: Эксмо, 2020. – 151, с.

4. Копек, Д. Экологическая психология для дизайна / Д. Копек. – 4-е изд. – Нью-Йорк : Fairchild Books, 2024. – 320 с.

5. Кучеренко, М. С. Декор интерьера зелеными растениями // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный унтверситет, 2018. – С. 177–179.

6. Кучеренко, М. С. Значение цвета в среде обитания человека // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный унтверситет, 2018. – С. 171–176.

7. Кучеренко, М. С. Экологическое направление в искусстве, как тенденция в современном дизайне интерьера // Эксперт года 2017 : сборник статей Международного научно-практического конкурса. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2017. – С. 100–104.

8. Мехрабиан, А., Рассел, Дж. А. Подход к экологической психологии = An Approach to Environmental Psychology / А. Мехрабиан, Дж. А. Рассел. – Кембридж, Массачусетс : M.I.T. Press, 1974. – 266 с.

9. Уилсон, Э. О. Биофилия = Biophilia / Э. О. Уилсон. – Кембридж, Массачусетс : Harvard University Press, 1984. – 157 с.

10. Ульрих, Р. С. Влияние дизайна медицинской среды на результаты лечения = Effects of health facility interior design on wellness: Theory and recent scientific research / Р. С. Ульрих // Journal of Health Care Design. – 1991. – Vol. 3. – P. 97–109.

11. Эллард, К. Места сердца: психогеография повседневной жизни = Places of the Heart: The Psychogeography of Everyday Life / К. Эллард. – Bellevue Literary Press, 2015. – 256 с.

© Тоссу-Чобо К.А., 2026
© Марченко М.Н., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

П. И. Трусова,
магистрант
кафедры дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

С. Г. Ажгихин,
канд. пед. наук, профессор, профессор кафедры
дизайна, компьютерной и технической графики
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ ИНТЕРЬЕРА КВАРТИРЫ ДЛЯ МОЛОДОЙ СЕМЬИ С ОПОРОЙ НА ТЕХНИКУ МОНТЕССОРИ

В представленной статье раскрываются ключевые аспекты создания дизайна Монтессори-пространства в доме, подчёркивая его роль в развитии самостоятельности, ответственности и гармоничного развития ребенка. Освещаются принципы организации среды, цветовые решения и выбор материалов в соответствии с философией Монтессори.

Ключевые слова: Монтессори-дизайн, детское пространство, сенситивные периоды, организация пространства, дизайн-проект.

Появление ребенка в семье – это не просто радостное событие, это катализатор перемен, требующий переосмысления и адаптации всего домашнего пространства. Квартира, ранее обустроенная исключительно под нужды взрослых, теперь должна трансформироваться в стимулирующую среду, способствующую всестороннему развитию малыша. В этом контексте концепция Монтессори-дизайна становится незаменимым инструментом для родителей, стремящихся создать для своего ребенка оптимальные условия для роста и обучения.

Дизайн с опорой на метод Монтессори – это не просто расстановка мебели и выбор цветовой палитры. Это целая философия, основанная на уважении к детской индивидуальности, стремлению к самостоятельности и врожденной тяге к познанию. Ключевая идея заключается в создании «подготовленной среды», где каждый элемент способствует развитию определенных навыков и качеств. Давайте рассмотрим, как принципы Монтессори можно интегрировать в дизайн-проект квартиры, чтобы создать благоприятное пространство для развития ребенка.

В первую очередь важна организация пространства в интерьере, ориентированная на функциональность и доступность. В отличие от традиционных детских комнат, заставленных яркими, но часто бесполезными игрушками, Монтессори-пространство предполагает

минимализм и функциональность. Важно разделить комнату или даже квартиру на зоны, каждая из которых отвечает определенному виду деятельности.

Зона практической жизни: здесь ребенок учится заботиться о себе и окружающем пространстве. Здесь целесообразно разместить низкий умывальник с подставкой, чтобы малыш мог самостоятельно умываться и чистить зубы. Можно предоставить небольшую лейку для полива растений и тряпочку для уборки пролитой воды. В этой зоне можно разместить полку с детской посудой и столовыми приборами, чтобы ребенок мог самостоятельно накрывать на стол.

Сенсорная зона: эта зона предназначена для развития органов чувств. Здесь можно разместить наборы для сортировки по цвету и форме, ткани с различной текстурой, музыкальные инструменты и емкости с ароматными травами и специями. Важно, чтобы все материалы были натуральными и приятными на ощупь.

Зона развития речи и грамотности: в этой зоне должны быть книги, карточки с изображениями, подвижный алфавит и материалы для письма и рисования. Можно создать уютный уголок с мягким ковриком и подушками, где ребенок сможет спокойно читать.

Зона математики: здесь можно разместить материалы для счета, геометрические тела и головоломки. Следует помнить, что математика для детей – это не абстрактные числа, а конкретные предметы, которые можно трогать и манипулировать ими.

Зона творчества: в этой зоне должны быть материалы для рисования, лепки, аппликации и других видов творчества. Важно предоставить ребенку возможность свободно выражать свои идеи и фантазии.

Следует подбирать мебель низкую, доступную, соотвествующую росту ребенка. Открытые стеллажи вместо закрытых шкафов позволяют малышу видеть и выбирать материалы самостоятельно. Важно, чтобы каждый предмет имел свое определенное место, что способствует развитию чувства порядка и ответственности.

Так же в Монтессори-педагогике важную роль играет учет сенситивных периодов развития ребенка. Это периоды особой восприимчивости к определенным видам деятельности. Например, если у ребенка наблюдается повышенный интерес к порядку, необходимо создать среду, где все предметы будут иметь свои определенные места. Если ребенок увлечен изучением запахов, следует предоставить ему возможность нюхать различные травы, специи и эфирные масла.

Цветовая палитра и материалы должны отражать спокойствие и натуральность. В Монтессори-дизайне предпочтение отдается нейтральным, спокойным цветам, таким как белый, бежевый, серый и пастельные оттенки. Ярких цветов в интерьере должно быть немного, и они должны использоваться для акцентов, а не для доминирования в интерьере.

Материалы должны быть натуральными и безопасными для ребенка. Дерево, хлопок, лен, шерсть – это отличные варианты. Необходимо избегать пластика и других синтетических материалов, которые могут содержать вредные вещества.

Итак, для создания дизайн-проекта с применением методов Монтессори дизайнер, в первую очередь, должен делать акцент на самостоятельность: "Как можно помочь ребенку сделать всё самому?" Этот вопрос должен быть отправной точкой при проектировании Монтессори-пространства. Необходимо обеспечить ребенку возможность самостоятельно одеваться, мыть руки, накрывать на стол и заниматься своими делами. Следует обратить внимание на простые детали, которые необходимо учитывать: низкие крючки для одежды в гардеробе; подставку у раковины, чтобы ребенок мог до нее дотянуться; небольшой кувшинчик для наливания воды; удобный уголок для творческих занятий.

И, в конечном итоге, Монтессори-пространство не должно ограничиваться только детской комнатой. Важно интегрировать принципы Монтессори в остальную часть дома, сделав ребенка полноправным участником семейной жизни. Например, можно разместить небольшой столик и стульчик на кухне, чтобы он мог помогать готовить. Предоставить ему возможность ухаживать за комнатными растениями. Научить его складывать одежду и убирать игрушки. Разместить детские книги в гостиной, чтобы он мог читать вместе с родителями. Создание Монтессори-пространства – это инвестиция в будущее ребенка. Это возможность предоставить ему свободу в подготовленной среде, где он сможет раскрыть свой потенциал, стать самостоятельным, уверенным в себе и любознательным. Монтессори-дизайн – это не строгий набор правил, а гибкий подход, который должен адаптироваться к потребностям и интересам ребенка по мере его роста и развития. Ведь именно в правильно организованной среде рождается гармоничная личность, способная к творчеству, созиданию и добру.

Список использованных источников

1. Лиллард, П. П. Монтессори сегодня. Новый взгляд / П. П. Лиллард. – Москва : Синдбад, 2015. – 240 с.

2. Иванова, А. В. Создание развивающей среды в системе Монтессори / А. В. Иванова // Дошкольное воспитание. – 2018. – № 5. – С. 34-39.

3. Хилтунен, Е. Монтессори-среда дома: принципы организации и материалы / Е. Хилтунен // Современное дошкольное образование. Теория и практика. – 2019. – № 9. – С. 22-29.

© Трусова П.И., 2026
© Ажгихин С.Г., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

М. А.Уварова,
студентка кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

А. Н. Кузьменко,
канд пед. наук, доцент кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

БЛАГОУСТРОЙСТВО ДВОРОВЫХ ПРОСТРАНСТВ В СРЕДНЕЭТАЖНОЙ ЗАСТРОЙКЕ: СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРАКТИКИ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Благоустройство дворовых территорий – ключевой фактор комфортной городской среды и качества жизни. В статье анализируются российские («Наш двор», «Дальневосточные дворы», проекты ATRIUM, «ВЕЩЬ!» и др.) и зарубежные практики ландшафтной архитектуры дворов, выявляются их сильные и слабые стороны, а также обсуждаются пути интеграции инклюзивности, экологичности и цифровых технологий в модернизацию придомовых пространств.

Ключевые слова: благоустройство дворовых территорий, комфортная городская среда, качество жизни, ландшафтная архитектура дворов, урбанизация, программа «Наш двор», программа «Дальневосточные дворы», зональное планирование дворов, озеленение и микроклимат, инклюзивность и соучастие жителей, экологическая устойчивость, европейский опыт благоустройства, цифровые технологии в городской среде, брендинг застройщиков.

Благоустройство дворовых территорий – один из ключевых аспектов формирования комфортной городской среды с непосредственным влиянием на качество жизни. В условиях урбанизации и роста требований к инфраструктуре актуализируется модернизация придомовых пространств: с 2019 по 2024 год по данным Минстроя России благоустроено более 39 тыс. дворов в 84 регионах страны, а число городов с благоприятной средой достигло 82,4% [4]. Для создания эффективных общественных пространств необходимо изучить ландшафтную архитектуру дворовых пространств, ее принципы и практики, чтобы выявить сильные и слабые стороны российских примеров и адаптировать зарубежные инновации.

Для этого сначала рассмотрим российские практики благоустройства. В России реализовано множество региональных программ, нацеленных на вовлечение жителей в сопроектирование и комплексный подход. Яркий пример – программа «Наш двор» в Татарстане, где обновлено почти 6 тыс.

дворов с активным участием 1,65 млн жителей, включая создание зон тихого и активного отдыха, спортивных площадок и озелененных аллей. Аналогично программа «Дальневосточные дворы» объединила 11 регионов, благоустроив свыше 2 тыс. территорий на основе предварительных опросов населения, что обеспечило учет реальных нужд семей с детьми и пожилыми людьми. Принципы ландшафтной архитектуры успешно применены в проектах дворовых пространств: «Двор Гора» в Екатеринбурге от АМ-Река (рис. 1) с четким зонированием, интегрированной растительностью (ели, березы, кустарники), разнообразными покрытиями (дерево, галька, резиновая крошка) [5]; ЖК «Wow» от бюро «ВЕЩЬ!» (рис. 2) с криволинейными зонами отдыха, обширным озеленением и функциональными малыми архитектурными формами [2].



Рисунок 1 – Генеральный план «Двор Гора». Демонстрирует криволинейное зонирование и разнообразие покрытий

ЖК «Клубный город на реке Primavera» от ATRIUM с яркими игровыми зонами на эластичных резиновых поверхностях, дополненными зонами для спорта и общения. Плюсы такой практики: функциональное зонирование усиливает социальную активность, связь с природным окружением и инклюзивность для разных возрастов; минусы: многие дворовые проекты остаются разрозненными «островками» с разной логикой проектирования, без единой системы принципов, стандартов и связей между соседними территориями, долгосрочный уход за растительностью ложится на самих жителей.



Рисунок 2 – Схема генерального плана ЖК «Wow». Контраст с российскими проектами, подчеркивает художественную выразительность

Для противовеса рассмотрим зарубежный опыт. Европейские города демонстрируют устойчивый и комплексный подход к дворовым пространствам: обязательное вовлечение сообществ в планирование, строгие нормативы по экологии (не менее 20% площадей под растительным покровом), эффективное управление водоотводом и четкое разделение транспортных и пешеходных потоков. В Англии акцент на соучастии жителей в разработке концепций; во Франции и Германии – на регламентированных стандартах благоустройства с фокусом на долговечность. В Эстонии (SOFTacademy в Таллине) применяют квартальный подход с гибким проектированием, учитывающим климатические особенности и социальные цели, включая вертикальное озеленение и модульные элементы. Скандинавская модель, адаптированная в проектах Санкт-Петербурга, опирается на биовзаимодействие, подбор местных устойчивых растений, вертикальное и крышное озеленение для создания микроклимата [3]. Глобальные тренды воплощены в работах бюро West 8 (Нидерланды) с криволинейными дорожками из гравия, сухих ручьев и яркой резины; JAPA Studio (Япония) – комбинации бамбука, гальки и эластичных покрытий; Superkilen Park (Дания, BIG и Topotek 1) – многослойные текстуры в ярких оттенках для культурного разнообразия.

Плюсы зарубежного опыта: высокая экологическая устойчивость (20%+ зелени, местные растения), инклюзивность через соучастие и

модульность, долговечные материалы (водопроницаемые покрытия, композиты) [1], культурная адаптивность (яркие текстуры для разнообразия) и микроклимат-контроль (вертикальное озеленение). Минусы зарубежного опыта: сложность адаптации к российскому климату (скандинавские растения не всегда выживают на Урале), высокие стандарты требуют экспертизы и времени на внедрение, квартальный подход может конфликтовать с типовой застройкой ЖК.

Российские примеры и европейские практики показывают: что ландшафтная архитектура становится авторской, интеграция стандартов, активное участие горожан, внедрение цифровых технологий для восприятия пространства, ландшафтная архитектура двора становится узнаваемым брендом застройщиков и формирует комфортную среду.

Список использованных источников

1. Водопроницаемые покрытия: зачем они нужны городу и как помогают справляться с ливнями // Экоурбанист : [сайт]. – 2025. – URL: https://ecourbanist.ru/vzi/vodoproniczaemye-pokrytiya-zachem-oni-nuzhny-gorodu-i-kak-pomogayut-spravlyatsya-s-livnyami/.

2. Концепция благоустройства двора ЖК «Wow» // ВЕЩЬ: архитектурное бюро : [сайт]. – 2022. – URL: http://archvesch.ru/zhk-wow.

3. Новый уровень благоустройства в строящихся жилых комплексах // РБК Санкт-Петербург : [сайт]. – 2022. – URL: https://spbspecials.rbc.ru/landscape-design.

4. По программе «Единой России» и Минстроя с 2019 года благоустроили свыше 115 тысяч общественных пространств // Парти «Единая Россия» : официальный сайт. – 2024. – URL: https://er.ru/activity/news/po-programme-edinoj-rossii-i-minstroya-s-2019-goda-blagoustroili-svyshe-115-tysyach-obshestvennyh-prostranstv /.

5. Проект «Двор Гора» // РЕКА: архитектурная мастерская : **[**сайт]. – 2024. – URL: https://am-reka.ru/dvor-na-gore.

© Уварова М.А., 2026
© Кузьменко А.Н., 2026

УДК 72.011

Т. Т. Н. Фам,
аспирант
Санкт-Петербургской государственной
художественно-промышленной академии имени А. Л. Штиглица,
г. Санкт-Петербург, РФ

Т. В. Ковалева,
профессор кафедры интерьера и оборудования,
доцент, кандидат искусствоведения
Санкт-Петербургской государственной
художественно-промышленной академии имени А. Л. Штиглица,
г. Санкт-Петербург, РФ

ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРА ЦЕНТРОВ ДЕТСКОГО ТВОРЧЕСТВА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЕТЕЙ

Статья посвящена исследованию роли интерьера центров детского творчества в развитии креативного потенциала детей. Рассматриваются планировка, пространственная адаптивность, колористика и материалы, проводится анализ организации интерьеров, а также представлено проектное решение, формирующее комфортную и стимулирующую творческое мышление среду, способствующую гармоничному развитию личности ребенка.

Ключевые слова: дизайн интерьера, материалы, фактуры, колористика, пространственная адаптивность, творчество.

В современном образовательном процессе особое значение приобретает дополнительное образование, направленное на всестороннее развитие личности ребенка. Центры детского творчества, предоставляющие возможности для обучения в различных областях искусства играют ключевую роль в формировании творческого потенциала детей. Одним из важнейших аспектов, влияющих на эффективность образовательного процесса, является дизайн интерьера центров детского творчества. Интерьер не только формирует визуальное восприятие пространства, но и влияет на эмоциональное состояние детей, их комфорт и мотивацию к участию в творческой деятельности

Цель данной работы заключается в изучении роли дизайна интерьера как средства формирования развивающей и стимулирующей творческую активность среды в центрах детского творчества. Особое внимание уделяется разработке проектных решений, которые обеспечивают функциональность, безопасность, комфорт и одновременно способствуют креативного потенциала детей. Интерьерные решения включают

продуманную планировку, пространственную адаптивность, колористику и подбор материалов. Такие решения формируют гармоничную среду, где дети могут свободно выражать себя, участвовать в коллективных и индивидуальных проектах, развивать воображение и творческие способности.

Важнейшим элементом проектирования образовательной среды является обеспечение как физической, так и эмоциональной безопасности детей. Обеспечение физической безопасности в образовательной среде не сводится исключительно к техническим средствам контроля, таким как видеонаблюдение и системы оповещения. Существенную роль играют пространственные характеристики: достаточный уровень освещения, открытость и просматриваемость зон, возможность визуального наблюдения со стороны педагогов, а также четко организованные пути эвакуации. Данные факторы рассматриваются как значимые условия, способствующие снижению тревожности и агрессивных проявлений у детей. Эмоциональная безопасность формируется посредством структурированности пространства, включая понятную навигацию и логичное функциональное зонирование. Такая организация среды снижает когнитивную нагрузку, уменьшает ощущение неопределенности и способствует формированию комфортного психологического состояния обучающихся [1].

Разработанное в рамках данного исследования проектное решение центра детского творчества по адресу: Гороховая, 49Б в г. Санкт-Петербурге, отражает принципы функционального зонирования и инклюзивности на уровне объемно-планировочной структуры. В здании предусмотрены лифт и лестницы, обеспечивающие удобную вертикальную связь между этажами. Лифт оборудован пандусами для беспрепятственного доступа маломобильных групп. При входе расположена ресепшн-зона, выполняющая функции ожидания для родителей, записи на курсы и информирования посетителей. На первом этаже находятся гардероб, кафе и санитарные узлы (рис. 1).



Рисунок 1 – Зона первого этажа

Мастерские, предназначенные для регулярных занятий и мастер-классов, размещены на разных этажах, тем самым позволяет проводить параллельные образовательные процессы без пересечения потоков детей. Складские помещения обеспечивают оперативное снабжение мастерских материалами и оборудованием, повышая эффективность учебного процесса. Дополнительные санитарные узлы на втором этаже снижают необходимость перемещений между этажами, повышая эргономику пространства и комфорт участников.

Второй этаж включает экспозиционную зону для демонстрации детских работ, учительскую, административные помещения, мастерскую живописи и кинозал для показа учебных фильмов. Совмещение кинозала и выставочной зоны создает условия для коллективной деятельности: групповых просмотров, обсуждений и презентаций проектов, тем самым способствует развитию коммуникативных и творческих навыков детей.

Необходимо отметить, что особое значение в организации образовательного пространства имеет планировка мебели как инструмент социализации. В швейной мастерской применена П-образная конфигурация стола, обеспечивающая визуальный и вербальный контакт преподавателя со всеми учащимися. Такая организация пространства позволяет эффективно реализовывать парные и групповые формы работы, стимулируя формирование командного взаимодействия, коммуникативных навыков и социального поведения (рис. 2). Дополнительным инструментом формирования безопасной и открытой образовательной среды выступают стеклянные перегородки. Их использование обеспечивает высокий уровень естественной освещенности учебных помещений, а также способствует визуальной связанности. В то же время прозрачные ограждающие конструкции создают возможность для родителей наблюдать за образовательным процессом детей.



Рисунок 2 – Швейная мастерская

Пространственно-функциональная организация формирует интегрированную образовательную среду, в которой интерьер выступает инструментом педагогического воздействия, обеспечивая развитие креативного потенциала, самостоятельности и социальных компетенций детей, а также повышая их физическую и эмоциональную безопасность.

Современные исследования в области дизайн-проектирования образовательной среды подчеркивают, что интерьер перестает быть статичным фоном и превращается в активный инструмент педагогики. В условиях модернизации образовательных учреждений особое значение приобретают характеристики адаптивности и многофункциональности [3, с. 84].

В контексте центров детского творчества это означает, что пространство должно легко менять свою конфигурацию, обеспечивая возможность как групповой, так и индивидуальной активности. Реализация этих требований достигается с помощью подвижных перегородок, трансформируемой мебели и организации многофункциональных зон.

Данные теоретические положения находят отражение в разработанном проектном решении, где среда рассматривается как динамичная и соучаствующая. В частности, предусмотрена возможность трансформации не только планировочных элементов, но и экспозиционной среды: перегородки, стенды и поверхности интегрированы в образовательный процесс и используются для размещения детских работ. В холлах и коридорах организованы сетчатые конструкции для вариативной экспозиции, а выставочное пространство второго этажа решено как сборная система с панелями и креплениями, позволяющими детям самостоятельно формировать структуру экспозиции (рис. 3).



Рисунок 3 – Выставочное пространство

Проект демонстрирует переход от пассивного восприятия интерьера к его активному использованию как инструмента развития, в котором обучающиеся выступают не только как участники, но и как соавторы образовательной среды.

Колористическое решение интерьера является одним из ключевых факторов формирования комфортной и развивающей образовательной среды. Цвет оказывает значительное влияние на психоэмоциональное состояние детей, их уровень активности, концентрации внимания и восприятие пространства. Исследования в области психологии среды показывают, что избыточно насыщенные и контрастные цветовые сочетания могут вызвать у детей утомление и повышенную возбудимость, тогда как сбалансированная цветовая среда способствует снижению тревожности и созданию условий для продуктивной деятельности.

Исследователи также утверждают, что оптимальный дизайн интерьера учебного пространства может способствовать развитию креативности, интеллекта и языковых способностей детей [6, p. 1453] Цветоколористическая среда образовательного учреждения частично формирует характер ребенка, влияет на его организм и духовный мир в целом, возбуждает фантазию, помогает усваивать информацию [2].

Особое внимание в проектировании центра детского творчества уделяется сочетанию нейтральных и акцентных оттенков. Нейтральная база (белый, бежевый, серый), применяемая в отделке пола, стен и предметах мебели, формирует визуально спокойный фон, обеспечивающий целостность восприятия пространства и не перегружающий зрительное восприятие.

Необходимо отметить, что в контексте центров детского творчества белый цвет выполняет несколько ключевых функций. Он создает ощущение простора и воздуха, что особенно важно в условиях ограниченного пространства. Данный цвет способствует концентрации внимания на объектах деятельности – работах детей, инструментах и материалах, не отвлекая на себя лишнего внимания. Он идеально подходит для детских пространств, поскольку создает ощущение простора и света, а также отлично сочетается с другими цветами, тем самым позволяет легко менять интерьер в зависимости от предпочтений ребенка и педагогических задач.

В разработанном проекте в качестве акцентных точек используются мягкие оттенки пастельной палитры – розовый, синий и желтый. Данный выбор обусловлен совокупностью психофизиологических и педагогических факторов, подтвержденных современными научными исследованиями в области цветопсихологии и дизайна образовательной среды.

Пастельные оттенки представляют собой группы цветов с высокой светлотой и низкой насыщенностью, тем самым обусловливает их мягкое воздействие на зрительную систему и психику ребенка. Как отмечается в исследовании, посвященном влиянию пастельных цветов на детскую

психологию, данная группа обладает особым характером воздействия на эмоциональное состояние детей. В отличие от насыщенных и чистых цветов, пастельные оттенки не вызывают эффекта сенсорной перегрузки, что особенно важно при организации пространств длительного пребывания детей [7, p. 297].

Функциональная дифференциация пространства также отражается в колористическом решении. Наиболее насыщенная цветовая среда реализована в зоне кафе, где допустима повышенная динамичность восприятия. Использование более ярких акцентов в данной зоне снижает длительность концентрации внимания, тем самым регулируя поведенческие сценарии и предотвращая чрезмерное пребывание детей в пространстве отдыха (рис. 4).



Рисунок 4 – Кафе

Концептуально интерьер центра детского творчества рассматривается как нейтральное «полотно», в котором архитектурная среда выступает фоном для самовыражения детей. В этом контексте основными носителями цветовой активности становятся детские творческие работы, размещаемые в пространстве. Такой подход позволяет сместить визуальный акцент предметной среды на результаты учащихся, усиливая их значимость и формируя у детей чувство причастности к формированию окружающего пространства.

Выбор материалов и фактур в интерьере центров детского творчества является не менее значимым, чем колористическое решение. Как отмечают исследователи в данной области, текстура и материалы играют ключевую роль в формировании эстетики и функциональности среды. Исследования

показывают, что дети обладают высокой чувствительностью к тактильным характеристикам окружающей среды, тем самым делает фактурное разнообразие важным инструментом сенсорного развития [5, p. 215].

Современные тенденции в дизайне детских пространств демонстрируют устойчивый сдвиг в сторону использования натуральных, экологических материалов, которые создают «успокаивающую среду». Как отмечает интерьерный стилист Эдита Йегер-Илаш, выбор натуральных материалов является приоритетным при проектировании детских комнат, поскольку они нетоксичны и безопасны для детей [4].

В рамках проектного решения применяется сочетание натуральных и современных материалов с учетом специфики образовательного процесса, связанного с использованием красок, глины, текстиля и других художественных средств.

В отделке используются керамогранит и водоэмульсионная краска, обладающие высокой износостойкостью, гигиеничностью и простотой ухода. Эти материалы обеспечивают устойчивость поверхностей к загрязнениям и механическим воздействиям, возникающим в процессе творческой деятельности детей, а также позволяют сохранять эстетические характеристики интерьера при его интенсивной эксплуатации. Мебель преимущественно выполнена из дерева и льна, тем самым способствует формированию тактильно комфортной, экологически безопасной и визуально теплой средой. Применение натуральных материалов оказывает положительное влияние на сенсорное восприятие детей, снижает уровень психоэмоционального напряжения и создает условия, благоприятные для длительного пребывания, творческой активности и развития.

Таким образом, дизайн интерьера центров детского творчества является важным фактором формирования креативного потенциала детей и выступает как инструмент педагогического воздействия. Ключевыми принципами организации образовательной среды являются пространственная адаптивность, многофункциональность, безопасность и комфорт. Рациональная планировка и трансформируемость пространства обеспечивают разнообразие форм творческой деятельности и повышают вовлеченность обучающихся. Сбалансированные колористические и материальные решения способствуют снижению психоэмоциональной нагрузки, развитию сенсорного восприятия и созданию устойчивой к эксплуатации среды.

Разработанное проектное решение центра детского творчества демонстрирует практическую реализацию теоретических положений и подтверждает эффективность комплексного подхода к проектированию интерьера как среды, способствующей гармоничному развитию личности ребенка.

Список использованных источников

1. Анисимова-Карасик О. В. Современная образовательная среда: от безопасности к инновациям // Электронный ресурс. – URL: https://edition.vogazeta.ru/articles/2025/5/19/quality_of_education/26226-sovremennaya_obrazovatelnaya_sreda_ot_bezopasnosti_k_innovatsiyam (дата обращения: 05.04.2026).

2. Махова Н. Н. Особенности формирования цветоколористической среды образовательных учреждений // Электронный ресурс. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-tsvetokoloristicheskoy-sredy-obrazovatelnyh-uchrezhdeniy/viewer (дата обращения: 25.03.2026).

3. Селихов А. Г., Орлова Е. С. Особенности проектирования образовательной среды // Innovative Project. – 2025. – Т. 10, № 18. – С. 84. – DOI: 10.17673/IP.2025.10.18.8.

4. Jeana E. Creating a “calming and nurturing environment” for our children // RTL Today. – 2024. – URL: https://today.rtl.lu/family-matters/shopping-and-supplies/creating-a-calming-and-nurturing-environment-for-our-children-2184156 (дата обращения: 02.04.2026).

5. Macintyre C. Understanding Difficulties with Perception and Sensory Integration. – London: Taylor & Francis, 2005. — P. 215.

6. Nguyen Thi Tam A., Joneurairatana E., Sirivesmas V. Learning environment design for child development // Lecture Notes in Networks and Systems. – 2024. – Vol. 1023. – P. 1453. – DOI: 10.1007/978-981-97-1972-3_114.

7. Pramesti T. M., Sakya K. A. The Effect of Pastel Colors on Interior Elements of the Dental Examination Room on Children's Psychology // ITB Graduate School Conference. – 2022. – Vol. 2, No. 1. – P. 297.

© Фам Т. Т. Н., 2026
© Коваленко Т.В., 2026

Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов ;
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. –
Краснодар: Кубанский государственный университет, 2026. – 415 с.

Е. И. Фоменко,
студент кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

Ю. В. Гуменная,
доцент кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ОСОБЕНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОЙ И ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ВОКЗАЛА

Понятие «инфраструктура» – это структуры или объекты, объединенные с целью обеспечить функционирование какой либо системы. В данной статье отражены основные направления развития транспортной инфраструктуры, связанной с функционированием железнодорожного вокзала. В ней проведен анализ актуальных проблем, таких как управление пассажиропотоком и движения транспорта при ограниченных возможностях территории. Обсуждаются основные принципы организации безопасной, эффективной и экологически устойчивой системы перевозок. В статье описываются ключевые составляющие системы, такие как планировка зон, организация парковок и внедрение альтернативных методов передвижения. Также рассмотрены вопросы нормативного регулирования, финансовых аспектов и системы информационной поддержки, всё это направлено на повышение уровня обслуживания и удобства для пассажиров.

Ключевые слова: Железнодорожный вокзал, железнодорожный вокзальный комплекс, пассажирский конвейер, пассажирский перрон, привокзальная площадь.

Введение. Современный железнодорожный вокзал представляет собой сложный урбанизированный объект. Его можно сравнить с «городом в городе». Основное технологическое назначение вокзала – это обеспечение безопасного, быстрого и удобного обслуживания пассажиров отправления при оформлении проездных документов, а также во время ожидания поезда; посадки и высадки из вагонов; кратковременного обслуживания пассажиров прибытия, а также встречающих и провожающих. Тысячи пассажиров-путешественников, сотрудников и посетителей – все они ежедневно создают разнообразные транспортные потоки. В условиях ограниченного пространства потенциально могут возникать такие проблемы, как заторы на подъездных путях, нехватка парковочных мест, конфликты между

пешеходами и транспортными средствами, а также увеличение углеродного следа. Эти вызовы требуют комплексных решений со стороны управляющих деятельностью вокзала и городских служб для обеспечения безопасной, эффективной и экологичной работы транспортной инфраструктуры.

Актуальность. Актуальность проекта железнодорожного вокзала в современной России не снижается и обусловлена несколькими важными аспектами:

– во-первых, в стране продолжает развиваться внутренняя транспортная система, направленная на повышение её эффективности и безопасности. Современные вокзалы становятся ключевыми пунктами, объединяющими городские и междугородние маршруты, способствуя развитию внутреннего туризма, экономического роста и межрегиональной интеграции;

– во-вторых, в условиях экономических и геополитических вызовов, важна доступность транспортных узлов для всех групп населения, включая людей с ограниченными возможностями, пожилых и семей с детьми. Создание таких инфраструктур позволяет обеспечить равные возможности для всех граждан, способствуя социальной справедливости;

– в-третьих, развитие железнодорожной инфраструктуры способствует снижению нагрузки на автомобильные дороги и как следствие, уменьшению автотранспортных выбросов и улучшению экологической устойчивости страны. В целом, современный вокзал становится важным элементом национальной транспортной стратегии, обеспечивая эффективность, безопасность и доступность перевозок, укрепляя транспортную связь между регионами и способствуя развитию экономики.

Цель исследования. Анализ существующих подходов к проектированию и разработка рекомендаций по созданию безопасной, эффективной, экологичной и человеко-ориентированной транспортной инфраструктуры железнодорожного вокзала.

Методы и организация исследований. В рамках исследования был использован комплекс взаимодополняющих теоретических и эмпирических методов: анализ проектной документации, системный анализ, анализ научно-исследовательской литературы, нормативно-технических документов.

Основная часть.

1. Инфраструктура железнодорожного вокзала имеет много компонентов и включает в себя комплекс взаимосвязанных элементов, обеспечивающих бесперебойное функционирование транспортных, логистических, складских и информационных систем. К объектам логистической инфраструктуры на вокзале можно отнести складские помещения, транспортно-логистические центры, узловые хабы,

погрузочно-разгрузочные терминалы. Такая инфраструктура является основой, на которой строится вся система логистики и обеспечивает её эффективность. Она позволяет обрабатывать, хранить, доставлять товары до конечного потребителя. Логистическая инфраструктура включает в себя перроны, железнодорожные пути, дороги, контактные сети, склады, распределительные и логистические центры, терминалы. Еще одной составляющей является информационная инфраструктура – серверы, центры управления движением поездов, вычислительные центры, программы для обработки, получения и передачи информации, системы безопасности.

2. Нормативная база и квалификационные требования. Проектирование и организация транспортной инфраструктуры железнодорожного вокзала регламентируется комплексом нормативных документов, устанавливающих требования к планировке, пропускной способности, безопасности и доступности.

Согласно СП 118.13330.2022 «Общественные здания и сооружения», «здание железнодорожного вокзала классифицируется как здание и помещение сервисного обслуживания населения, в главной категории зданий и сооружений для объектов, обслуживающих население» [1].

В соответствии с СП 417.1325800.2020 «Железнодорожные вокзальные комплексы. Правила проектирования», пункт 4.6, Железнодорожные комплексы должны обязательно содержать в себе привокзальную площадь, платформы для прибытия и отбытия пассажирских составов и павильон железнодорожного вокзала, где находятся залы ожидания, кассы, и другие элементы удобства посетителей.

Из данных элементов привокзальная площадь является центральным элементом транспортной инфраструктуры, и будет рассматриваться дальше.

В проектировании привокзальной площади, следуя пункту 5.2.1 выделяют большое количество функциональных зон, такие как зоны передвижения пешеходов (траволаторы, аллеи, пешие артерии) и движения транспорта (подъезды к вокзалу). Кроме этого, предусматриваются зоны остановочных пунктов общественного транспорта, такси и кратковременной остановки автомобилей посетителей.

Для повышения инклюзивности обслуживаемых вокзалов видов транспорта, необходимо учесть большое количество велопарковок и велосипедной инфраструктуры, руководствуясь растущим количеством людей, выбирающих альтернативные формы транспорта.

Проектирование стоянок как личного автотранспорта пассажиров, так и автотранспорта обслуживающего персонала, обязательно должно быть проведено.

Следуя пункту 5.2.4, можно вывести особый порядок расположения некоторых из вышеупомянутых зон. Велопарковки и остановки общественного транспорта (автобусы, троллейбусы, трамваи)

располагаются ближе всего к вокзалу на площади. Дальше идет зона посадки-высадки такси. После этого идут парковки автомобилей, пассажиров, обслуживающего персонала и прочих.

При этом необходимо учесть, в соответствии с требованиями СП 4.13130.2013 (раздел 8), у всех проездов на привокзальной площади должны присутствовать выделенные полосы или другие меры, которые позволят проехать специальному автотранспорту без препятствий.

«Согласно таблице Ж.1 СП 42.13330.2016, нормой количества машиномест является 1 машиномест на 8-10 расчетных единиц (в данном случае, расчетная единица – количество пассажиров в час пик)» [3].

При проектировании стоянок автомобилей следует соблюдать требования СП 42.13330.2016 (раздел 11), СП 113.13330 и СП 396.1325800. При размещении парковочных мест на стоянках автомобилей следует предусматривать места для хранения (стоянки) электромобилей, оборудованные зарядными устройствами, в соответствии с требованиями СП 113.13330. «Расчетную потребность парковочных мест, оборудованных зарядными устройствами, следует устанавливать в соответствии с заданием на проектирование», но не менее установленных СП 42.13330 [3].

«На стоянках автомобилей необходимо предусматривать доступность машино-мест для транспорта инвалидов» в соответствии с СП 59.13330, СП 138.13330 [11].

Кроме привокзальной площади и зданий пассажирских павильонов, вокзальный комплекс может быть оснащен зданиями складов, зонами погрузки-разгрузки и дополнительными депо. Такие здание тоже должны иметь свои проезды, логистические узлы и меры для обслуживания ежедневной деятельности прибывающих и отбывающих составов. Для обеспечения эффективности перевозочного процесса все операции должны осуществляться оптимальными методами, обеспечивающими максимально эффективное использование транспортных средств и минимальные издержки. В современных условиях это достигается за счет единого управления перевозками на всех уровнях и внедрения сквозных сетевых технологий, исключающих потери времени, связанные с пограничными операциями между подразделениями и железнодорожными линиями.

Согласно Статье 32 Федерального закона от 22.07.2008 «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности», железнодорожный вокзал классифицируется типом Ф3.3 пожароопасности. В соответствии с пунктом 8.1 СП 4.13130.2013 «Свод правил. Системы противопожарной защиты. Ограничение распространения пожара на объектах защиты. Требования к объемно-планировочным и конструктивным решениям», Подъезд пожарных автомобилей должен быть обеспечен с двух продольных сторон – к зданиям и сооружениям класса функциональной пожарной опасности Ф1.3 высотой 28 и более метров, классов функциональной пожарной опасности Ф1.2, Ф2.1, Ф2.2, Ф3, Ф4.2, Ф4.3, Ф.4.4 высотой 18 и

более метров.

Развитие велосипедной инфраструктуры и альтернативной мобильности.

Требования к велотранспортной инфраструктуре регламентированы СП 460.1325800.2019 «Территории городских и сельских поселений. Устройство велосипедной инфраструктуры. Правила проектирования».

На территории благоустройства вокзального комплекса рекомендуется создание вело-пешеходных дорожек или выделенных вело-полос с твердым покрытием (п. 5.3 СП 279.1325800.2016).

Пропускная способность и ширина вело-полос определяются по СП 460.1325800.2019. Оборудование велопарковок (навесов, стоек) у всех входов в здания является обязательным (п. 5.20 СП 279.1325800.2016).

Организация пунктов проката, а также интеграция с остановками городского общественного транспорта, соответствует принципам устойчивой мобильности, заложенным в Стратегию развития транспортного комплекса РФ.

Обеспечение безопасности и эксплуатации. Все элементы транспортной инфраструктуры должны соответствовать требованиям СП 4.13130.2013 в части обеспечения проезда и подъезда пожарной техники, а также незадымляемости путей эвакуации.

3. Интеграция с городской транспортной системой. Основой бесперебойного и эффективного функционирования железнодорожного вокзала является обеспечение транспортной доступности и связанности с городской инфраструктурой. Это включает в себя перенос остановок общественного транспорта (автобус, трамвай, метро) в непосредственную близость от входных групп, а также реализацию программ корпоративных льготных проездных для студентов и сотрудников.

4. Сервисы микромобильности. Заключаются партнерские соглашения с операторами проката электросамокатов и велосипедов для организации на территории благоустройства вокзального комплекса санкционированных точек размещения, посадки и высадки.

Ключевые проблемы организации транспортной инфраструктуры.

1. Грамотное пространственное планирование и зонирование играет важную роль в оптимизации пешеходных и транспортных потоков. Неэффективное разделение зон для входа и выхода, технических служб и коммерческих объектов может привести к возникновению заторов и снижению пропускной способности вокзала.

2. Обеспечение безопасности пассажиров и персонала. Внедрение современных технических систем для безопасного перемещения, строгое соблюдение нормативных требований, предотвращение скоплений людей и своевременное предотвращение аварийных ситуаций – все эти меры создают условия для безопасной среды.

3. Успешное взаимодействие железнодорожных путей с городской

транспортной системой, автобусными остановками, такси и велосипедными дорожками способствует повышению мульти-модальности и удобства для пассажиров.

4. Обеспечение транспортной пропускной способности, особенно в периоды пиковых нагрузок требуют сложных инженерных решений и точных расчетов. Необходимость проектирования систем способных справляться с большими потоками.

5. Повышение технической и аварийной устойчивости инфраструктуры.

Надежность систем электроснабжения, сигнализации, связи и резервных источников энергии критически важна для обеспечения стабильной работы объекта. В свою очередь, экологическая ответственность при проектировании требует учета уровня шума, вибрации и загрязнения воздуха, а также внедрения решений по снижению негативного воздействия на окружающую среду.

Важное значение имеет также гармонизация технологий и архитектурных решений. Внедрение современных автоматизированных систем контроля и информационные платформы, создание безбарьерной среды, тактильные указатели, специальные перила должны быть частью проекта без ущерба визуальному восприятию объекта.

Заключение.

Организация транспортной инфраструктуры на железнодорожном вокзале представляет собой сложную систему, которая требует системного приспособления к меняющимся требованиям общества и быстрому развитию новых технологических решений. Таким образом, создание масштабного вокзала, обеспечивающего безопасные и удобные пешеходные и транспортные маршруты, а также гармонично интегрированную систему общественного и внутреннего транспорта, дает значительное конкурентное преимущество. Это способствует увеличению его привлекательности для пассажиров и совместно повышает эффективность функционирования всей транспортной системы.

Список использованных источников

1. СП 118.13330.2022 Общественные здания и сооужения.

2. СП 417.1325800.2020 Железнодорожные вокзальные комплексы. . Правила проектирования.

3. СП 42.13330.2016 Свод правил. Градостроительство планировка и застройка городских и сельских поселений.

4. СП 359.1325800 Транспортно-пересадочные узлы. Правила проектирования.

5. СП 4.13130.2013 «Свод правил. Системы противопожарной защиты. Ограничение распространения пожара на объектах защиты. Требования к объемно-планировочным и конструктивным решениям»

6. https://cyberleninka.ru/article/n/logisticheskaya-infrastruktura-zheleznodorozhnogo-transporta.
7. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54069567 Развитие вокзальной инфраструктуры
8. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=82354053 Стратегия развития вокзалов
9. СНиП 31-06-2009 Общественные здания и сооружения
10. Федеральный закон от 22.07.2008 «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности».
11. СП 478.1325800.2019 «Свод правил. Здания и комплексы аэровокзальные»
12. ГОСТ 33942-2016

© Фоменко Е.И., 2026
© Гуменная Ю.В., 2026

Ю. Р. Хлебникова,
магистрант кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
Г. Краснодар, РФ

Ю. В. Гуменная,
доцент
кафедры архитектуры
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ПРОБЛЕМЫ ВОССТАНОВЛЕНИЯ СВОЕОБРАЗИЯ АРХИТЕКТУРНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ ГОРОДОВ

В современных условиях глобализации границы национального и международного, типичного и своеобразного, индивидуального и массового стираются. На первый план выходит необходимость регенерации архитектурно-пространственной среды. В статье рассматривается выявление этой проблемы при реконструкции архитектурно-пространственной среды города. Цель статьи – определить современные подходы к соблюдению особенностей городов. Задача состоит в том, чтобы раскрыть требования к развитию архитектурно-пространственной среды в современных и исторических городах, изучить механизмы ее восприятия, основные факторы и закономерности.

Ключевые слова: архитектурно-пространственная среда,

архитектурный образ, восприятие, восстановление, национальный, городская идентичность.

Как правило, принципы архитектурной психологии и экологического подхода отсутствуют. Процесс создания архитектурно-пространственной среды сталкивается с комплексом проблем, включающим идейно-художественное содержание, композиционно-художественное решение, стилистическую целостность и функционально-дизайнерские аспекты. Однако именно синтез этих аспектов позволяет сформировать эмоционально-эстетическую схему, определяющую создание гармоничных пространственных форм

Возвращение к традициям в архитектуре

Основное внимание в современной архитектуре уделяется местной специфике и соблюдению культурного наследия, ее единству с основными направлениями архитектуры нашего времени. Создание местной самобытности в архитектуре, отражающей окружающую среду и требования времени, говорит о необходимости понимания локального архитектурного наследия и использования предыдущих проектных решений, чтобы соответствовать условиям природной среды и социального развития. Архитектура и ее форма – инструмент отражения идентичности и различий. Это демонстрирует гармонию современной бесконечной формы с местной культурой. Каждая местная культура отличается своим климатом, экономикой, уровнем развития, традициями, и все это необходимо учитывать в архитектуре. Архитектура не является отражением уникальной окружающей среды, поскольку тенденция к урбанизации приводит к соблюдению конфликта минимальных требований.

В результате технологического и информационного развития в XX веке архитектурные модели начали распространяться по всему миру и стирать индивидуальные черты городов, нарушая самобытность и национальную специфику в архитектуре. Западное влияние на архитектуру привело к разрушению традиций и человеческой натуры в целом. Современные города превратились в нагромождение непонятных геометрических блоков. Связь с прошлым изменилась. Неправильно пренебрегать наследием прошлого с научной точки зрения, которое является элементом национальной уникальности и своеобразия, а каждое ядро общества – это прошлый уровень цивилизации. Архитектура является частью цивилизации и свидетельством творческого и эстетического уровня развития человечества. Существует необходимость привнести в архитектуру прочные и изменчивые ценности, чтобы достичь уникальности. Природная среда и пространство, используя их возможности, современные строительные средства в сочетании с финансами представляют собой прочную ценность. Конечный архитектурный образ должен ассоциироваться с ценностями цивилизации и отражать природную и

культурную среду.

Психологические аспекты городской специфики

Изменение роли городов в глобальном контексте, их вовлеченность в соперничество, непрерывная перемена городского социокультурного пространства, междугородние миграции обусловливают необходимость возникновения феномена городской специфики [4].

Необходимо научиться различать следующие понятия: «особенность города», «городская специфика» и «идентификация с городом». Первое – это представление горожан о самих себе, второе – сходства и различия сущности городов, оригинальность, непохожесть на другие города, третье – психологический конструкт, прошлое персонализации, когда город воспринимался как контекст жизни индивида [4]. Фактически, с этой точки зрения, особенностью города является социальная идентичность. Это социокультурный конструкт, который формируется в определенном населенном пункте. Он определяется получением и воспроизводством гражданами образа жизни, традиций, норм, культурных символов [4].

Выделяют 3 фактора, которые влияют на формирование городской специфики:

1. Постоянные факторы – местоположение города, климат, история.

2. Переменные факторы – размер города и численность населения, внешний вид, уровень жизни, культурные традиции.

3. Символические факторы – символ города, нормы образа жизни, известные личности, характер контактов на публике.

Имидж города – это система взаимосвязанных и интерактивных знаков, которая включает в себя его географические архитектурные особенности: историю развития, традиции населения, памятные события. Основой символической составляющей городской самобытности является образ города. Существует 2 понятия: «мой город», связанное с личным опытом и воспоминаниями, и «наш город», представляющее собой коллективное восприятие образа города, отождествляемое с его ценностями [2]. В процессе формирования образа города складывается пространственная городская лексика, характеризующая местность. Как правило, городская лексика усиливает и акцентирует внимание на формальных деталях: знаменитом месте, местных историях и мифах, символе, городском сообществе [3].

При этом были рассмотрены теоретические основы городской специфики, факторы ее формирования и фактор городской специфики.

Своеобразие национальной архитектуры определяется совокупностью народных особенностей, обусловленных внутренними и внешними факторами культурного развития: природой, историей, бытом и всем, что влияет на психологию и философию нации. К этому добавляются и внешние связи. Если генетические корни этих контактов совпадают, это придает новое качество местным особенностям. Однако, если национальная

культура воспринимается как самостоятельная система, она не может рассматриваться в качестве примера национальной самобытности. Эта культура может быть определена искусственными способами, которые в корне противоречат местной культуре. Сегодня это очень распространенное явление, – особенность многих местных культур ставится под сомнение. Отдельная культура не может быть признана, если она не отражает типичный характер традиционной системы.

Форма и содержание национальной архитектуры

Национальная самобытность – это гармония композиции архитектурных форм, основанная на философии эстетического восприятия национальной системы, где важно понимание тектоники, масштаба, пропорций, материалов, связанных с окружающей средой. Если архитектурная форма является выражением эстетического содержания посредством формы, то это полностью относится к системе национальных «форм». Принципы, отдельные формы являются элементами общей системы. А такие представления о национальной архитектуре, как пропорции, масштаб, тектоника или пространственные решения, относятся к национальным концепциям, которые отражают мировоззрение народов, во многом определяют их культурную идентичность. В поисках национальных архитектурных особенностей, которые были бы одинаковы для всех народов, мы часто сталкиваемся с общими чертами. Разница заключается, прежде всего, в архитектурных формах и степени их выраженности. Без глобальных линий нет национальной культуры, с другой стороны, нельзя сказать, что они одинаковы и одинаковы в архитектуре. Наиболее постоянными чертами являются линии в психологии, затем линии в архитектурных технологических процессах.

Христианское искусство отличается регулярностью. Планировка, конструктивные схемы, использование материалов, даже рельеф очень близки в русской, византийской, грузинской и армянской архитектуре, но они всегда отличались своими национальными особенностями [1]. Разница заключается в идеологии и выражении образа в каждой архитектуре. И, наконец, через образ мира выражается внутреннее содержание национальной архитектуры. В основном это касается современной архитектуры, которая близка по форме, но отличается по содержанию. Архитектурное содержание определяет национальную специфику.

Архитектура 1950-х годов была осуждена за «декоративность». В 1960-х годах она стала функциональной, конструктивной. Ее формы отражали содержание, но различия остались и стали дополняться современными элементами.

Формально-пространственный уровень в национальной архитектурной системе – это трудно изменяемое ядро, которое непосредственно отражает восприятие макро- и микропространства людьми в городских и территориальных решениях. Формально-пространственный

уровень формирует фундамент, на котором строится национальная архитектура как единство формы и содержания [5].

Национальное и региональное в архитектуре

Границы культурных вершин – это границы национальной культуры. Здесь региональное фрагментарно. Деление происходит исключительно на региональные и локальные факторы, которые можно распознать только в рамках национальной культуры.

Признание своеобразия национальной архитектуры основано на 3 аспектах: природа, быт, история (национальная и искусственная среда, традиции, социальная сторона вопроса). Все 3 аспекта объединены и их границы размыты.

Принципиальное отличие регионального от национального заключается в том, что региональное является структурным фактором и основой для национального. Характер регионального – близкий, локальный, характер национального – глобальный, преходящий. Национальная архитектура - это полностью всемирная система, которая может включать в себя некоторые региональные архитектуры. Не обязательно рассматривать региональное как этап между локальным и национальным в контексте национальной архитектуры. Возрождение национальной формы, элемента, символа, приметы приемлемо в современной архитектуре. Смысловая направленность традиций характеризуется обобщенным подходом как к художественной форме, так и к функции.

Японский архитектор К. Танге призывает «разрушить» традицию, но в то же время не исключать ее из современной архитектуры, а дойти до ее сути, проникнуть в нее, понять ее механическую структуру и развить в новом содержании и форме. Чтобы сделать традицию амбивалентной, ее необходимо отрицать, то есть «разрушать» [7]. Национальная архитектура – это определенная традиция, но традиция не амбивалентна. Синтез традиционных и инновационных форм является основой национальной архитектуры.

Стилистика национальной архитектуры

Трудно определить критерий стиля. В архитектуре часто проводится ретроспективный анализ превосходного стиля. Есть два применимых понятия: «стилистичность» и «стилизация». Первое – это использование старого в современной архитектуре, второе – инвестиции и актуальное использование традиций в новой архитектуре [6]. Стилизация не должна рассматриваться как отдельный компонент, она должна быть частью идеи проекта.

Национальное и типичное

Национальная архитектура, основным условием создания которой является индивидуальное формальное решение, «сталкивается» с часто повторяющимися типичными «деталями». Современная архитектура близка к народной архитектуре. Фольклор является наиболее регулярным,

наиболее типичным в морфологическом и семантическом аспектах. Здесь самое главное – соблюдение архитектоники. Архитектоника – это взаимодействие архитектуры и внешней среды. «Каждый архитектурный проект – это архитектонический ландшафт, носитель уникального образа. Он возвышается как духовная ценность, поскольку вдохновляет на изменение элементов ландшафта тектоническими путями», – А.Каплун.

Архитектурно-историческая среда представляет собой целостный памятник человеческой цивилизации, культуры и искусства, созданный как человеком, так и природой. Эта система обладает исторической значимостью, целостностью, узнаваемостью и самобытностью. Взаимодействие с этой средой подразумевает уважение к опыту и достижениям прошлых поколений в области градостроительства и архитектуры.

Список использованных источников

1. Адамович, В. В., Бархин, Б. Г., Варежкин, В. А. и др. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений. Учебник для вузов. — Под общ. ред. И.Е. Рожина, А.И. Урбаха. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Стройиздат, 1984. – 543 с.: ил.

2. Визгалов, Д. Брендинг города. – Москва : Фонд «Институт экономики города», 2011. – 160 с.

3. Калашникова, К. Н. Восприятие изменений городской среды: воображаемые спектры постиндустриального развития // Мир экономики и управления. – 2020. – Т. 20, № 4. – С. 195–211. – DOI 10.25205/ 2542-0429-2020-20-4-195-211.

4. Микляева, А. В., Румянцева, П. В. Городская идентичность жителя современного мегаполиса: ресурс личностного благополучия или зона повышенного риска. – СПб, 2011.

5. Степанов, А. В. Архитектура и психология : учебник для вузов / А. В. Степанов, Г. И. Иванова, Н. Н. Нечаев. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 355 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06260-1.

6. Шилин, В. В. Архитектура и психология. Краткий конспект лекций. – Нижний Новгород : Нижегородский гос. архит. строит. ун-т, 2011. – 68 с. – ISBN: 5-87941-099-4.

7. Яковлева, М. В. Особенности социологического анализа городской символики как фактора формирования идентичности горожан // Вестник Удмуртского университета. – 2008. –№ 1.

8. Eye and brain : the psychology of seeing / by Richard L. Gregory. Oxford ; New York : Oxford University Press, 1997.

© Хлебникова Ю.Р., 2026
© Гуменная Ю.В., 2026

Е. Н. Хлопова,
преподаватель ИНСПО, Реклама
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ГАЙДБУК – ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ И РЕКОМЕНДАЦИИ

В статье проанализированы основные этапы разработки гайдбука. Рассмотрены рекомендации по созданию гайдбука, которые важно учесть в работе. Данные в статье рекомендации могут быть использованы в процессе обучения студентов-дизайнеров.

Ключевые слова: гайдбук, идея, дизайн, фирменный стиль, логотип, бренд, носители фирменного стиля.

В нашей стране любые рекомендации по использованию фирменного стиля могут называться брендбуком. В Европе звучит название гайдлайн (Guideline). Гайдлайн и гайдбук – одинаково по содержанию.

Итак, разберемся отличие брендбука от гайдбука (гайдлайн). Брендбук это описание философии, миссии, позиционирование и визуальные правила. Полное и расширенное описание фирменного стиля и его элементов, и целый ряд других полезных разделов. В брендбуке подробно описывают униформы для сотрудников компании. К созданию брендбука подключаются маркетологи, социологи и прочие специалисты – имджмейкеры.

По созданию Гайдбука и разработке фирменного стиля начинается с заполнением брифа. С помощью него можно узнать информацию о компании. Его истории, позиционировании на рынке, выпускаемых товаров и услуги, что позволит найти образ для реализации фирменного стиля. Гайдбук – это техническое описание по использованию фирменного стиля содержащее правила работы с логотипом, цветами, шрифтами и графическими элементами на различных носителях.

Основные инструкции для использования фирменного стиля:

1) инструкция по использованию логотипа охранное поле. Это минимальное свободное пространство до других элементов вокруг него, свободное от текста, графики и краев макета, обеспечивающее его читаемость. Размер поля обычно равен высоте или ширине ключевого элемента. Недопустимо нарушать свободное поле, деформировать, перекрашивать или перекрывать другими элементами. Охранное поле нужно для того, чтобы сохранить ясность, читаемость и внешний вид дизайна.

Охранное поле даёт возможность:

– усилить визуальный фокус на логотип или товарный знак;

– предотвратить от визуальной перегрузки;

– усилить узнаваемость бренда;

– сохранить читабельность логотипа или товарного знака;

– повысить восприятие на разных носителях.

2) допустимые размеры (минимальный размер для печати и экрана) и правила использования вариаций логотипа (цветная, ч\б, на тёмном\светлом фоне); Основные стандарты размеров логотипов опираются на четыре ключевых факторов:

– масштабность (сохранение читабельности и узнаваемости логотипа при изменении размера от миниатюры до крупноформатной печати;

Технические принципы масштабируемого логотипа: векторный формат (изменение размера без потери качества), модульная структура (пропорциональное сохранение при любом масштабе), контрастность (сохранения читаемости при уменьшении), узнаваемый силуэт (должен оставаться идентифицируемым).

– соразмерность (точное соотношение сторон, устраняющее искажение при адаптации);

– высокое разрешение (достаточное плотность пикселей для четкости изображения на целевых платформах);

– резкое отличие (поддержание различимости элементов логотипа при уменьшении).

Основные различие в системах измерения: веб-сайты применяют пиксели (px), печать использует физическими единицами – миллиметрами (мм) и дюймами (in) учитывая разрешения в точках на дюйм (DPI).

Параметры логотипов для веб-сайтов:

– логотип на верхней части сайта (шапка сайта) 250–400 px в ширину при стандартном разрешении экрана;

– Favicon (значек веб-сайта, в адресной строке, в результате поиска): 16 × 16 px, 32 × 32 px, 48 × 48 px (разрабатываются все три версии);

– добавленный логотип при прокрутке 100 – 150 px в ширину;

– логотип для адреса e-mail подписки 160 – 200px в ширину.

Параметры для печатных материалов:

– визитная карточка 25–35 мм в ширину (разрешение 300– 600 DPI);

– фирменный бланк 40–60 мм в ширину (разрешение 300 DPI);

– рекламный баннер 10–20 % от общей ширины баннера (разрешение 150–300 DPI) [1];

– сувенирная продукция в зависимости от изделия, минимально допустимый размер – 10 мм для сохранения читаемости.

3) значение цветовой палитры, приведены точные коды фирменных цветов в системах CMYK (для печати), RGB и HEX (для экранов);

Цветовая гамма в логотипе – это не просто стиль, а язык, на котором

бренд сообщает аудиторию. Правильно подобранные оттенки повышают эмоциональную связь, способствует самореализации и привлечь внимание среди конкурентов. Фирменный цветовой набор состоит из 3 – 5 основных оттенков (базовые, акцентные, нейтральные), структурированность в гайдбуке для обеспечения узнаваемости бренда.

4) фирменные шрифты, название основных и дополнительных стилей шрифтов, правила использование шрифтов: иерархия (разделение на заголовки (Header), подзаголовки (Subheader) и основной текст (Body Text)), правила начертания (четкое указание, какие начертания использовать (Regular, Bold, Italic и т.д.)), Размеры и интервалы (определение кегля (размера) и межстрочного интервала (leading) для разных носителей (цифра, печать)), системные шрифты (указание заменяющих шрифтов (Arial, Calibri) на случай, если фирменный шрифт недоступен при редактировании документов) [2].

Корпоративные фирменные шрифты – это строго установленные гарнитуры (основная и дополнительная), применяемые во всех коммуникациях бренда для формирования единого визуального образа.

5) использование изображений, описание стиль фотографий или иллюстраций, допустимые фильтры, требования к данной ситуации (например, отсутствие тёмных фонов);

Основные элементы раздела «фирменные визуальные элементы» (фотостиль, иллюстрация, графика и др.);

– общая концепция: какое настроение должны передавать фото (эмоциональность, строгость, честность);

– эстетика съёмки и обработки: цветовые решения, применение фильтров, допустимые контраст и яркость;

– композиция и ракурсы: принципы размещения объектов в кадре, применение крупных или общих планов;

– сюжеты: варианты допустимых изображений (например, фото людей, архитектура, предметная съемка).

6) носители фирменного стиля, разработка макетов минимум 5-7 основных носителей (визитки, бланки, соцсети), использования айдентики на реальных объектах.

Основные виды носителей в гайдбуке:

– деловая документация: визитки (корпоративные и личные), фирменные бланки, конверты разных форматов, папки для документов, бейджи, фирменные ручки и блокноты;

– рекламно-полиграфическая продукция: каталоги, буклеты, лифлеты, плакаты, календари, флаеры, листовки;

– цифровые носители: оформление сайта (шапка, футер, кнопки), шаблоны презентаций, аватары и обложки для социальных сетей, подписи в email-рассылках;

– упаковка и мерч: коробки, пакеты (бумажные/полиэтиленовые),

скотч, футболки, худи, кепки, кружки, сумки-хопперы;

– наружная реклама и оформление пространства: оформление витрин, вывески, стелы, билборды, сити-форматы, реклама на транспорте;

– униформа: одежда сотрудников, фартуки, значки.

7) правило использования элементов, показать наглядно «правильно», «неправильно», чтобы избежать искажения стиля;

8) формат и доступность, сверстать гайдбук в удобном формате (PDF, Figma, InDesign) так, чтобы его можно было легко распечатать и использовать как настольную книку.

Итак, задачи гайдбука является созданием и закрепление свода правил, которые в дальнейшем руководителя компаний или маркетолога, формирует единый и узнаваемый образ компании фирменного стиля. Значит в среде становится всё более конкурентной.

В конце гайдбука рекомендуется разместить чек-лист, который позволит быстро проверить рекламный продукт на соответствие стандартом бренда.

Главная цель гайдбука – установить стандарты, чтобы любой дизайнер мог использовать фирменный стиль грамотно, сохраняя целостность образа компании.

Основные задачи гайдбука:

– унификация и стандартизация: согласование всех рекламных и информационных материалов к единому стандарту;

– регламентация применения айдентики: чёткие инструкции по использованию логотипа (размеры, отступы, недопустимые варианты), шрифтов и фирменных цветов;

– создание визуального имиджа: разработка узнаваемого стиля, который помогает бренду запомниться и выделяться среди конкурентов;

– экономия работы: все правила собраны в одном месте, что исключает необходимость каждый раз придумывать оформление с нуля;

– обеспечение цельности: гарантия, что на сувенирной продукции, сайте, визитках или билбордах бренд выглядит стильно;

– образец «как не надо»: показать распространенные ошибки: растянутый логотип, неправильные цвета, нарушение композиции. Это помогает дизайнерам лучше понять ограничения;

– образ гайдбука должен быть сверстан в соответствии с тем стилем, который он описывает, чтобы сразу демонстрировать его.

Документ должен быть удобным, необходимо использовать формат PDF, разделение на конкретные разделы.

Рекомендуется обновлять гайдбук при изменении фирменных элементов.

Список использованных источников

1. Астанина Т. Д., Ажгихин С. Г. Технологии создания фирменного

стиля // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2022. – С. 4–7.

2. Чернышенко А. А., Марченко М. Н. Влияние шрифта на читаемость // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики : сборник научных трудов. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2025. – С. 511–518.

© Хлопова Е.Н., 2026

П. А. Хохлова,
студентка кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

О. А. Зимина,
канд. пед. наук, профессор кафедры дизайна костюма
Кубанского государственного университета,
г. Краснодар, РФ

ТРАНСФОРМАЦИЯ РУССКОГО СТИЛЯ В ОДЕЖДЕ: ОТ НАРОДНОГО РУССКОГО КОСТЮМА К СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ

Статья посвящена изучению русского народного костюма, его интеграции с современными модными тенденциями. В статье рассматриваются изменения русского костюма, зарождение русского стиля, анализируется его трансформация.

Ключевые слова: русский стиль, трансформация, народный костюм, русская народная одежда, этнический стиль, интеграция.

В настоящее время русский стиль, отражающий историю народного костюма, переживает возрождение. Сейчас в индустрии моды интерес к национальным русским традициям значительно возрос. Общество стремится к переосмыслению русских исторических корней, а также новым способам самовыражения через моду, которая способна объединять народные традиции и современные тенденции. Также стоит отметить, что в настоящее время дизайнеры все чаще обращаются к русской культуре для создания новых коллекций одежды, поскольку народный костюм является неисчерпаемым источником вдохновения. Для разработки современной одежды в русском стиле немаловажно знание о русских традиционных

элементах: крое, конструкциях, цветовых сочетаниях, декоративных элементах. Это дает возможность создавать новые оригинальные дизайнерские решения одежды.

Перед тем, как исследовать принципы трансформации русского народного костюма в современную одежду в русском стиле, необходимо вспомнить его характерные элементы определенного времени, в данном случае народная одежда XIX века. Именно русский исторический народный костюм является основой трансформации русского стиля.

Основной древнерусской женской одеждой были рубаха, длиной до середины голени с длинными свободными рукавами. Это считалось основным элементом одежды. При этом, рубаха всегда подпоясывалась и украшалась вокруг горловины, по пройме и по низу. Поясной одеждой у женщин была понева – полотнище, которое располагалось вокруг бедер и сбоку застегивалось. Понева носилась в южнорусских губерниях и сочеталась с кичкой. Украшениями были металлические и стеклянные ожерелья, кольца и браслеты. Также наблюдались изменения в одежде, в основном в верхней. Древний русский народный костюм сохранился до XVIII века и вплоть до начала XIX в. Но все же в XVI–XVII вв. русская одежда подверглась влиянию потребностей людей того времени. Допетровское время значительно повлияло на женскую одежду. В одежде женщин появились рукава, закрывающие руки до запястья, высокий воротник, полностью закрывающий шею, просторная широкая одежда, скрывающая фигуру и головные уборы, покрывающие голову.

В дальнейшем, под влиянием реформ Петра I, произошли значительные изменения в русской одежде. Городская одежда подверглась европейскому влиянию, а деревенская – все также сохраняла традиционные формы.

Увлечение спортом в XIX в. значительно повлияло на появление новой повседневной одежды. Появились просторные блузы, шаровары и короткие юбки.

В результате, в XIX–XX вв. благодаря Н.П. Ламановой, проводившей трансформацию русского народного костюма с современными тенденциями, появился русский стиль. Также коллекции платьев Поля Пуаре, вдохновленных русскими традициями, повлияли на популярность русского стиля. Это привело к появлению силуэта «трапеция» и линии «а-ля-рус». Иммиграция русских дворянских фамилий в период Октябрьской революции и Гражданской войны также повлияли на популяризацию русского стиля в мировой моде.

В XX в. сделали свой вклад в дальнейшее развитие русского стиля российские дизайнеры: Вячеслав Зайцев, Валентин Юдашкин, Алена Ахмадуллина, Ульяна Сергиенко, Денис Симачев, Игорь Чапурин и многие другие.

Благодаря В.М. Зайцеву, представителю высокой моды, русский стиль

в 1980-2000 годах начал вновь активно развиваться. В своих коллекциях он объединял традиционные русские силуэты и ткани с современными модными тенденциями, создавая новые неповторимые русские образы. Особенность его работ заключалась в использовании отечественных тканей и фурнитуры, а также выполнение эскизов в славянском стиле.

Тема русского стиля и в настоящее время актуальна. Сейчас также дизайнеры активно обращаются к русскому стилю – интеграции русского национального костюма и современных модных тенденций для создания новых оригинальных коллекций.

Если рассмотреть модели коллекций в русском стиле из последних показов, то можно заметить знакомые русские элементы, которые когда-то, еще в Древней Руси были традиционными для русских костюмов, надеваемых на праздники или каждый день. Это шубы, платки, шали, сарафаны, поневы, рубахи. Вся перечисленная русская одежда, только уже в современном облике, и сейчас сочетается с вышивками, узорами, жемчугом, камнями, золотыми нитями и другими материалами декора русского костюма.

Так, известный дизайнер Алена Ахмадуллина, работающая в русском стиле, активно использует русские мотивы в образах своих коллекций. В коллекции «Приданое» сезона весна-лето 2026 г. Алена обратилась к русской традиции – подготовке приданого невесты. Приданым невесты чаще всего были текстиль и постельное белье, чем и вдохновилась А. Ахмадуллина перед разработкой коллекции. Все предметы приданого невесты переосмыслены в оригинальные образы в русском стиле. Также в коллекции появляются вышивки крестиком, напоминающие вышивки на одеялах, принт из кокошников невесты, геометрические рисунки на платьях, напоминающие рисунки одеял. Образы коллекции состоят из одежды с драпировками тканей и пышными элементами, такими как массивные объемные банты, юбки-парашюты. Все эти элементы напоминают пышные мягкие подушки и толстые одеяла, собранные в приданое невесты. На примере коллекции А. Ахмадуллиной был проанализирован способ трансформации русских традиций в современной моде.

Таким образом, следует отметить, что русские традиционные элементы в современной моде и сейчас актуальны. При создании современной одежды в народном стиле нельзя обойтись без обращения к народным традициям, стараясь погрузиться в особенности цветовых сочетаний и символики. Сочетание русских традиций и современной моды – интересное решение для создания коллекции.

Список использованных источников

1. Аккуратова О. Л., Роганова Д. А. Исследование русского народного ор- намента и его адаптация в современном дизайне костюма [Электрон-

ный ресурс]. – URL: https://ttp.ivgpu.com/wp-content/uploads/2019/12/381_48.pdf (дата обращения: 26.04.2026).

2. Вардугин В. И. Русская одежда. История народного костюма от скиф-ских до советских времен [Электронный ресурс]. – URL: https://djvu.online/file/CJEJOS5OjipLH?ysclid=mo0bd7umm0391586941 (дата обращения: 26.04.2026).

3. Зайцев В. М. Мода. Мой дом [Электронный ресурс]. – URL: https://ndc.book24.ru/pim/products/images/7f/68/0193987a-3061-7672-89fa-635fe50a7f68.pdf (дата обращения: 26.04.2026).

4. Ковалева Н. И. Во всех ты, душенька, нарядах хороша. Традиционный праздничный костюм XVIII-XX веков [Электронный ресурс]. – URL: https://www.li.ru/interface/pda/?jid=3294106&pid=231566919&redirected=1&page=0&backurl=/users/3294106/post231566919/ (дата обращения: 26.04.2026)

© Хохлова П.А., 2026
© Зимина О.А., 2026

А. Х. Чжу,
аспирант кафедры теории и истории пространственных искусств,
Санкт-Петербургской государственной
художественно-промышленной академии им. А.Л. Штиглица,
г. Санкт-Петербург, РФ

Н. И. Барсукова,
д-р искусствоведения, профессор
Санкт-Петербургской государственной
художественно-промышленной академии им. А.Л. Штиглица,
г. Санкт-Петербург, РФ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЯТИКОНЕЧНОЙ ЗВЕЗДЫ КАК ЦЕНТРАЛЬНОГО СИМВОЛА В СОВЕТСКИХ И КИТАЙСКИХ НАГРАДНЫХ ЗНАКАХ 1940–1950-х ГОДОВ

Исследуется визуальная эволюция пятиконечной звезды в фалеристике СССР и КНР 1940–1950-х гг. Выявлено, что советские ордена через архитектурный синтез и высокий рельеф выстраивали «вертикаль власти» и сакральную дистанцию. Напротив, китайские награды начала 1950-х гг. через технику плоскостной чеканки и орнамент «сянъюнь» (благоприятные облака) осуществили визуальную трансляцию символа в сторону секуляризации и повседневной эстетики масс.

Ключевые слова: пятиконечная звезда; фалеристика; визуальная

коммуникация; архитектурный синтез; плоскостная чеканка; секуляризация; иконография

Награда как семиотический и иконографический феномен

Государственная награда — это не просто материальный артефакт, отмечающий личные заслуги, но и концентрированное визуальное воплощение государственной воли и господствующей идеологии. Опираясь на аппарат визуальной социологии (в частности, на работы Г. А. Пестовой и А. В. Ручкина), мы можем рассматривать орден как специфический медиатор социальной коммуникации, характеризующийся амбивалентностью денотации и коннотации. Для аудитории дизайн награды функционирует как бессинтаксический визуальный код: через цвет, геометрическую форму и композиционное решение на подсознательном уровне транслируется образ государственной мощи [2].

В рамках данной коммуникативной системы пятиконечная звезда, являясь центральной константой соцреализма середины XX века, приняла на себя ключевую семантическую нагрузку. С точки зрения иконографической методологии, звезда в пространстве ордена выступает не только как геометрическая доминанта, но и как узел пересечения политических идеалов и исторической идентичности.

Генезис пятиконечной звезды как стержневого символа советской наградной системы неразрывно связан с революционной и военной семантикой. Согласно историческим свидетельствам (см. В. С. Баландин), инициатива введения красной звезды как эмблемы РККА традиционно связывается с фигурой Л. Троцкого. В визуальном дискурсе эпохи за этим символом закрепилось наименование «Марсова звезда», олицетворявшее идею вооруженной борьбы и радикального разрыва с прошлым [1].

В качестве «Марсовой звезды» пятиконечный символ в ранней советской фалеристике тяготел к эстетике жестких, акцентированно-индустриальных форм, транслируя военный авторитет и энергию революционного натиска. Подобный эстетический фундамент предопределил вектор эволюции советского ордена к 1940-м годам: к вертикализации власти и монументально-архитектурному строю композиции. Создание сложных трехмерных структур в металле позволяло дистанцировать символ от зрителя, вызывая чувство благоговейного трепета перед мощью государства.

К началу 1950-х годов, на фоне интенсификации советско-китайского культурного обмена, этот визуальный код с его ярко выраженным военным характером был заимствован наградной системой КНР. Однако молодое китайское государство, ориентируясь на приоритеты народной эстетики и национализацию художественного языка, подвергло этот символ глубокой технологической и смысловой трансформации. Главной задачей стал отказ от «сакральной дистанции» советского образца в пользу форм, органично

вписанных в китайский эмпирический опыт. В данный период в китайском прикладном искусстве наблюдалась активная ассимиляция элементов национального орнамента. Это позволило не только отразить дух времени, но и максимально сблизить государственную символику с повседневным визуальным опытом масс. Этот переход ознаменовал сущностную метаморфозу: от советской «Марсовой звезды» к китайской секулярной (обмирщенной) интерпретации государственного символа.

Архитектурная трансформация советских наград

В советской наградной системе 1940-х годов символ пятиконечной звезды претерпел глубокую архитектурную трансформацию. Дизайн орденов этого периода перестал ограничиваться поиском идеальной геометрической симметрии; напротив, за счет внедрения монументальных архитектурных мотивов награда стала превращаться в своего рода «миниатюрный памятник».

Ярким примером данной тенденции служит творческая практика Н. И. Москалева и А. И. Кузнецова, в которой Спасская башня Московского Кремля заняла место центральной визуальной опоры орденской композиции. Как отмечает В. С. Баландин, башня выступала в этот период не просто символом Москвы, но и воплощением вертикали государственной власти [1]. В ходе утверждения проекта ордена «Победа» высшим руководством было выдвинуто требование намеренно увеличить изображение центральной башни и кремлевской стены при одновременном уменьшении пропорций лучей (штралов) самой звезды. Подобное решение было направлено на усиление центростремительной конструктивной устойчивости изделия. Визуальный код, выстроенный на основе столь «тяжеловесной» логики тектоники, позволил успешно сформировать ощущение сакральной дистанции, присущей военному авторитету.

Секуляризация и линеарность китайской фалеристики

В противовес советскому стремлению к трехмерной тектоничности, китайский дизайн металлоизделий раннего периода КНР активно ассимилировал национальные декоративные мотивы. Основной задачей здесь стало отражение духа времени и сближение с повседневностью: логика орденского проектирования сместилась от идеи «неприкосновенности власти» к «общественному признанию». Если советская фалеристика опиралась на эстетику «горельефа» с его глубоким физическим пространством, то ранние китайские награды (например, Орден Независимости и Свободы 1955 года) демонстрируют отчетливый отход от архитектурности в пользу плоскостно-декоративного пространства.

Материальным фундаментом этого эстетического поворота послужило широкое внедрение техники плоскостной чеканки. В процессе восстановления металлообрабатывающей промышленности КНР, следуя принципу практичности, экономичности и эстетичности, мастера отдавали предпочтение более плоским методам чеканки и линеарной графике. Данная

технология позволила трансформировать массивные архитектурные объемы советского типа в двухмерное линеарное повествование: острые индустриальные грани пятиконечной звезды смягчались на плоскости металла за счет введения традиционного орнамента – «сянъюнь» (благоприятные облака).

Как отмечают Г. А. Пестова и А. В. Ручкин, при прочтении государственных символов аудитория подсознательно апеллирует к накопленному традиционному культурному запасу. Узор «сянъюнь», являясь сквозным мотивом в китайском костюме, керамике и архитектурной росписи, благодаря своим текучим и непрерывным очертаниям выступил в композиции ордена своего рода визуальным аттенюатором (смягчителем). Кольцевое расположение облаков у основания пятиконечной звезды превратило «Марсову звезду» в «символ благополучия», несущий в себе восточную идею покровительства. Подобный подход позволил интегрировать государственную награду в привычный для масс визуальный генезис. Политический тотем перестал быть недосягаемым монументом, превратившись в секуляризированный образ, бесшовно сопряженный с жизненным опытом народа, что ознаменовало собой глубокую трансформацию в рамках советско-китайского кросс-культурного трансфера [2].

Заключение

Проведенный иконографический анализ методов художественной обработки символа пятиконечной звезды позволяет выявить глубокую внутреннюю логику визуальных репрезентаций: если советская модель была ориентирована на выстраивание дистанции сакрального авторитета, то китайская парадигма через синтез военного символа с повседневной эстетикой осуществила секулярную трансляцию государственной власти. Столь фундаментальное расхождение в визуальных стратегиях было детерминировано спецификой национальных интересов и социокультурным контекстом обеих стран в рассматриваемый период.

В советском дискурсе пятиконечная звезда как «Марсова звезда» была неразрывно сопряжена с общим политическим поворотом государства. Дизайн наград, опирающийся на приемы визуального доминирования и монументальности, создавал эффект священного отчуждения, тем самым утверждая в сознании реципиента концепт абсолютной и незыблемой власти.

Напротив, Китай в 1950-х годах последовательно нивелировал эту дистанцию. Использование техники плоскостной чеканки в сочетании с традиционными национальными орнаментами, обладающими благопожелательной семантикой, позволило не только интегрировать чувство этнической идентичности в визуальный строй наград, но и отразить масштабные социальные трансформации раннего периода КНР, ознаменованные приоритетом народной эстетики и национализацией

художественного языка.

Резюмируя вышесказанное, можно утверждать, что трансформация от архитектурного пространства к плоскостной декоративности является глубоким отражением дивергентных иконографических интерпретаций отношений между государством и обществом в процессе конструирования идентичности. Микроскопический выбор тех или иных технологий металлообработки на поверку оказывается стержневой политической стратегией в выстраивании национального нарратива и легитимации власти.

Список использованных источников

1. Баландин, В. С. Архитектура и советская фалеристика / В. С. Баландин // Творчество и современность. – 2023. – № 2 (20). – С. 101–106.

2. Пестова, Г. А. Ценностное и визуальное восприятие государственных наград в современной России: социологический анализ / Г. А. Пестова, А. В. Ручкин // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2012. – № 5 (43). – С. 92–97.

© Чжу А.Х., 2026
© Барсукова Н.И., 2026

В. А. Шепилова,
доцент Института креативных индустрий,
Донского государственногой технического университетп,
г. Ростов-на-Дону, РФ

МЕТАКОМПЕТЕНЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ КАК ФАКТОР КАЧЕСТВА ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

В статье проанализировано влияние метакомпетенций преподавателя на качество дизайн-образования в условиях цифровизации и растущего спроса на профессию дизайнера. Проанализированы структура метакомпетенций (когнитивный, регулятивный, коммуникативный и адаптационный компоненты) и их роль в актуализации образовательных программ. Обоснована необходимость создания специальной среды для развития метакомпетенций преподавателя как условия подготовки конкурентоспособных специалистов и сформулированы направления дальнейших исследований.

Ключевые слова: дизайн-образование, креативные (творческие) индустрии, метакомпетенции, когнитивный компонент, регулятивный компонент, коммуникативный компонент, адаптационный компонент,

саморазвитие.

В современном обществе роль дизайн-образования приобретает всё большую значимость. Дизайн, зародившийся как звено единения промышленного производства и эстетики, вышел за границы решения первоначальной задачи, проник во все сферы жизнедеятельности людей, стал органичной частью экономики и культуры. Глобальное распространение дизайна и его наглядное повсеместное присутствие с каждым годом привлекает всё большее количество желающих посвятить себя этой профессии. Ежегодно в вузах увеличивается контингент обучающихся по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн. Интерес общества к дизайн-образованию требует высококвалифицированного наставничества в этой области.

Наряду с усилением интереса к профессии дизайнера и его подготовке обостряется проблема соответствия образовательных программ реалиям рынка. Само образование требует позитивных преобразований в соответствии с новыми вызовами цифровой эпохи и информационной глобализации. Однако за все изменения в высшей школе и создание востребованных в обществе образовательных программ несет ответственность методический совет с включенным в него профессорско-преподавательским составом. Именно в зоне компетенций педагогов находится органичность структуры и качество содержания вновь формируемых образовательных программ. Соответственно выявляется актуальный вопрос компетенциях преподавателя, обеспечивающих эффективное функционирование системы дизайн-образования, направленной на подготовку конкурентоспособных специалистов [1].

Специалисты нового уровня должны обеспечивать развитие креативных (творческих) индустрий Российской Федерации. Государство на законодательном уровне регулирует продвижение этого экономического пласта. Одной из целей Федерального закона выделена «поддержка образовательной деятельности и развития компетенций в сфере креативных (творческих) индустрий» [2]. Для реализации поставленной цели предполагается трансформация требований к преподавателю дизайна. Эти требования должны учитывать высокую скорость инновационных процессов в технологических и культурных сферах общества. Поэтому преподаватель дизайн-дисциплин новой формации должен обладать, помимо общекультурных, профессиональных и специальных компетенций, универсальной надстройкой, позволяющей реагировать на динамичные трансформации в социальной и образовательной среде. Такой абсолютной надпрофессиональной надстройкой могут выступить метакомпетенции – способность человека управлять развитием существующих компетенций, адаптироваться изменяющимся условиям и продуктивно решать задачи в ситуациях неопределённости и низкой прогнозируемости.

Метакомпетенции включают в себя когнитивные, регулятивные, коммуникативно-социальные и адаптационные компетенции. Выделению этих основных компетенций послужили исследования в ученых психологов и педагогов, таких как М. А. Холодная, Дж. Флейвелл, Л. М. Ордобоева, Д. Димитрова и др. Интеграция метакомпетенций в специфику дизайн-образования становится полем для исследования новых возможностей развития преподавателя творческих направлений. Поэтому целью статьи можно обозначить выявление влияния метакомпетенций преподавателя на качество дизайн-образования. Задачами исследования можно выделить: обозначение основных метакомпетенций, влияющих на качество образовательного процесса; анализ связи между развитием метакомпетенций преподавателя и результатами обучения студентов-дизайнеров; предложение практических рекомендаций по развитию метакомпетенций у преподавателей. Объект исследования: процесс дизайн-образования в высшей школе. Предмет исследования: метакомпетенции преподавателя как фактор повышения качества обучения. Научная новизна заключается в систематизации знаний о метакомпетенциях применительно к специфике дизайн-образования и возможности регулирования с их помощью качества образовательных результатов. Практическая значимость нацелена на использование результатов исследования для совершенствования программ повышения квалификации, создания индивидуальных траекторий развития преподавателей, разработки образовательных стандартов и оценки качества дизайн-образования.

За последние годы исследованию метакомпетенций разном контексте посвящено немало научных работ. В статье В.П. Игнатьева и А.А. Дарамаевой определены 11 компетенций, необходимых востребованным специалистам всех областей в настоящем и ближайшем будущем. Эти компетенции, согласно творческому замыслу авторов, составляют аббревиатуру слова КОМПЕТЕНЦИЯ: креативность; оперативность принятия решений; менеджмент; профессиональность; единство мысли, слова и дела; творческость; естественность; навыки взаимодействия; целеустремленность; интуиция; я-концепция. Однако, оригинальность идеи не оправдывает смысловой запутанности терминов «креативность» и «творческость», а также причастность научно необоснованного и излишне романтизированного понятия «интуиция» [3]. Статья имеет обзорный характер не предполагала включения научных выводов в систему образовательных процессов.

В основательном обзоре Е. С. Тереховой, А. В. Игнатьевой выявлен растущий интерес в современном обществе к дефиниции метакомпетенция. Исследователи провели этимологический анализ термина в исторической перспективе: от античных источников до современных научных концепций, обозначили смысловые расхождения термина в рамках различных пластов образовательной деятельности, провели аналогию и выявили идейное

совпадение в метакомпетенций и дизайн-деятельности. Важным результатом аналитической работы авторов можно выделить определение структуру метапредметных компетенций, состоящей из метазнаний, метаумений и владения метаспособами. Кроме того, авторы обозначили невозможность прямого формирования метакомпетенций без созданной для обучающихся образовательной среды в контексте проектной деятельности [4]. Однако вопрос значимости метакомпетенций преподавателя для решения новых образовательных задач остался за рамками рассмотрения.

В системе образования понятие «метакомпетенции» появилось достаточно недавно и было заимствовано из сферы бизнеса и управления. Высокая динамика изменений и неопределённости современной профессиональной среды обусловила необходимость адаптирования метакомпетентностного подхода к задачам дизайн-образования. Развитие таких метакомпетенций, как способность к сотрудничеству, креативность, ответственность за принятие решений и организация совместной деятельности, становится критически важным для подготовки специалистов в любой сфере, способных гибко и эффективно справляться с вызовами меняющихся трендов индустрии.

В контексте адаптации сформировавшейся структуры метакомпетенций к преподаванию дисциплин по направлению дизайн, и определению личностных качеств преподавателей можно выявить специфические черты самих метакомпетенций. Так, когнитивный компонент проявляется в способности анализировать актуальные тренды педагогических знаний и дизайна, систематизировать междисциплинарные связи из сферы искусства, технологий, экономических и социальных наук, а также осознанно определять необходимые методики обучения и адаптировать их к специфике проектной и творческой деятельности, учитывая индивидуальные уровни подготовки студентов. Регулятивный компонент отражает умение педагога высшей школы планировать образовательный процесс с учётом задач «открытого» проектирования, ставить заведомо реализуемые цели, корректировать рабочие программы дисциплин и практик в динамике, влиять на гибкость учебных планов и образовательных программ, управлять собственным профессиональным развитием и собственным примером мотивировать студентов к самоорганизации, а также рефлексии к итоговым объектам своей проектно-творческой работы. Коммуникативный компонент нацелен на единство навыков эффективного взаимодействия обучающихся с единомышленниками, старшими коллегами и внешними заказчиками. В сферу коммуникативного взаимодействия входят умение ясно определять техническое задание, давать оперативную и конструктивную обратную связь, налаживать продуктивное командное взаимодействие в рамках работы над проектом, а также организовывать органичные связи с дизайн-индустрией. Важно помнить, что у преподавателя и обучающегося в

процессе дизайн-деятельности субъект-субъектные отношения перерастают в системообразующие связи, которые обеспечивают взаимообогащающее развитие обеих сторон [5]. Адаптационный компонент метакомпетенций заключается в готовности гибко и быстро реагировать на технологические, эстетические и концептуальные изменения в сфере дизайна, адаптивно модифицировать образовательные программы под новые инструменты и тренды, например, включение в образовательный и дизайн процессы работу с большими языковыми моделями (БЯМ), внедрение геймифицированных методик в высшее образование [6], а также в способности работать в условиях недостаточной информации, уметь выстраивать новые логические цепочки и быстро находить новые способы решения при изменении вводных данных к проектным работам.

В заключении можно сказать, что в современном образовательном процессе метакомпетенции преподавателя дизайн-дисциплин выступают значимым фактором качества обучения, однако их прямое формирование не является контролируемым процессом. Развитие данных компетенций может быть обеспечено исключительно через создание специальной образовательной и творческой среды, сфокусированной на профессиональном саморазвитии педагога. Совершенствование личности педагога в рамках когнитивного, регулятивного, коммуникативного и адаптационного компонентов метакомпетенций позволяют ему гибко реагировать на изменения в сферах дизайна и педагогики – модернизировать содержание образовательных программ и выстраивать эффективное взаимодействие с креативной индустрией. Такой подход дает возможность повышения качества подготовки обучающихся, позитивно влияет на и их готовность к работе в условиях интенсивно меняющихся процессах и внедряющихся технологических инновациях. Реализация такого подхода диктует высшим учебным заведениям внедрения органичной системы поддержки преподавательского состава, например, психологические тренинги, программы повышения квалификации, организация коллаборации проектной и творческой деятельности, и интеграцию современных информационных инструментов. Наряду с этим дальнейшего изучения требуют конкретные педагогические условия и механизмы, способствующие развитию метакомпетенций преподавателя в контексте дизайн-образования, а также методика их диагностики и средства оценки эффективности.

Список использованных источников

1. Терехов, П. Н. Методическая компетентность преподавателя вуза: содержание и структура в современных условиях / П. Н. Терехов, З. А. Гелаева, В. А. Шепилова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2025. – № 9. – С. 1-22. – DOI 10.24412/2304-120X-2025-11171.

2. Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ »О развитии

креативных (творческих) индустрии в Российской Федерации» / Документы ленты ПРАЙМ: ГАРАНТ.РУ. – URL: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/409395175/ (дата обращения 20.04.2026).

3. Игнатьев, В. П. Топ-11 метакомпетенций будущего / В. П. Игнатьев, А. А. Дарамаева // Глобальный научный потенциал. – 2021. – № 4(121). – С. 151-154.

4. Терехова, Е. С. Метакомпетенции в контексте дизайн-образования / Е. С. Терехова, А. В. Игнатьева // Научное мнение. – 2022. – № 3. – С. 117-121. – DOI 10.25807/22224378_2022_3_117.

5. Пугач, В. А. Вовлечение студентов-дизайнеров в проектную деятельность вузов / В. А. Пугач, М. Г. Плотникова // Психолого-педагогические вопросы современного образования. – Чебоксары : Издательский дом «Среда», 2024. – С. 30-46. – DOI 10.31483/r-110213.

6. Боциева, Н. И. Геймификация в высшем образовании: педагогические принципы и методики реализации / Н. И. Боциева, М. М. Голованова, З. К. Бгуашева // Мир науки, культуры, образования. – 2025. – № 5(114). – С. 89-92. – DOI 10.24412/1991-5497-2025-5114-89-92.

© Шепилова В.А., 2026

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ ……..... 3
Александрова Е.В., Зимина О.А. Пирамидальная модель проектирования праздничной женской одежды: от теории к практике …..……..... 4
Андрияш А.В., Лебедев О.П. Кухня как социокультурный феномен: традиции, эргономика и современные трансформации в России ……..……. 8
Андросова В.В., Карагодина М.Е. Принципы дизайн-проектирования гибкого фирменного стиля для компании по организации праздников ……..... 13
Асламазова К.О., Гайдук Д.В. Архитектурно-градостроительный анализ мест расселения в курортных городах черноморского побережья Краснодарского края …… 20
Асламазова К.О., Гайдук Д.В. Объемно-планировочные решения глэмпинга в России и за рубежом: сравнительный анализ …. 25
Бердник Т.О., Шмакова Л.В. Типографика как коммуникативный и эстетический инструмент современного дизайна ……..... 30
Бердник Т.О., Рожицкая Л.И. Ревитализация архитектурных сооружений в контексте формирования городской среды …. 35
Бугаева А.И. Тренды в айдентике 2026: перестройка идентичности брендов и взаимодействие с реальным производством …….. 40
Валуева А.Е. Аффорданс и язык формы: почему предметы «говорят» с нами без слов ……. 46
Валуева А.Е. Проектно-графическая подготовка старшеклассников в пропедевтическом курсе по основам композиции в дизайне во внеурочной деятельности …….. 50
Ворожейкина О.И., Ворожейкин Н.Н. Дизайн – катализатор социальных изменений и инструмент формирования социокультурных трендов ……..……..…… 56
Ворожейкина О.И., Ворожейкин Н.Н. Объективация художественного смысла в дизайне как креативно-ценностном процессе: современное состояние, архетипы и ценностей в коммуникациях постиндустриального общества, методология и перспективы ……..…… 65
Графова К.В., Ажгихин С.Г. Влияние сенсорного дизайна на посетителей ресторанов национальной кухни ……..…. 78
Графова К.В., Марченко М.Н. Графический дизайн в интерьере ресторанов ……..….. 86
Графова К.В., Марченко М.Н. Семиотика в дизайне интерьеров ресторанов …….. 95

Даниленко А.Д., Валуева А.Е. Искусственный интеллект как основополагающая научных исследований человека ….. 103
Данилюк О.Д., Барсукова Н.И. Интеграция игровых технологий в дизайн-образование: от учебного проекта к профессиональной практике ……..……. 106
Дейнека С. В. Музейная практика в учебном процессе студентов дизайнеров ……... 112
Джамирзе О.В., Марченко М.Н. Дизайн-проектирование деловых периодических изданий ……. 115
Джамирзе О.В., Марченко М.Н. Дизайн-проектирование многополосных изданий ...……. 119
Джамирзе О.В., Марченко М.Н. Тенденции развития дизайна современных периодических изданий ……. 123
Долженко А.Б., *Гуменная Ю.В., Романова А.А.* Градостроительная ситуация муниципального образования городского округа Керчи: проблемы и перспективы …….. 127
Есина В.А., Кочеткова С.Ю. Образ сороки как источник художественного решения женской нарядной одежды авангардного стиля …….…… 132
Завгородний Д.В., Марченко М.Н. Генеративный искусственный интеллект в игровом дизайне ……...……..... 136
Зиновейкина М.О., Зимина О.А. Влияние цвета на разработку нарядной женской одежды …… 141
Иваненко О.П. Художественно-образный компонент в дизайн-проектировании интерьера ……..….. 147
Карагодина М.Е. Современные материалы в дизайне интерьера как трансформация эстетики, функциональности и устойчивого развития …… 151
Карпина А.В., Гуменная Ю.В., Романова А.А. Развитие дорожно-транспортной инфраструктуры как фактор привлечения туристов в санаторный комплекс (на примере города-курорта Сочи) ……. 155
Коваленко К.М., Карагодина М.Е. Колониальный стиль в дизайне современного интерьера ……... 162
Комаренко А.Р., Ажгихин С.Г. Дизайн интерьера ванных комнат для людей с ограниченными возможностями …..... 166
Комаренко А.Р., Ажгихин С.Г. Оптимизация пространства в дизайне интерьеров малогабаритных ванных комнат …..... 171
Комаренко А.Р., Кучеренко М.С. «Жидкая архитектура»: оптические иллюзии и деформации пристранства за счет криволинейных поверхностей в интерьере ……..... 176

Комаренко А.Р., Кучеренко М.С. Принципы проектирования комплексной спа-зоны в интерьере ванной комнаты загородного дома …… 182
Комаренко А.Р., Швецова О.А. Инновационные решения для хранения и организации пространства в дизайне интерьеров ванных комнат …… 188
Королева Д.В., Гуменная Ю.В. Стратегия развития морской портовой инфраструктуры России …… 193
Кучеренко М.С., Моргунова Е.В. Дизайн системы навигации в образовательных пространствах ……..…….……. 202
Кучеренко М.С., Мощенская А.В. Визуальный код в современной гастроиндустрии (формирование визуальной концепции на примере гастробара «ЭФА») …… 218
Кучеренко М.С., Швецова О.А. Система визуальной навигации (аналоговая и цифровая), как взаимодействие между человеком и окружающей средой ……..... 230
Лебедева Е.В., Остапенко А.И. Утрата идентичности в цифровую эпоху: проблема сохранения культуры ручной графической подачи в проектировании костюма ……... 247
Львова В.И., Марченко М.Н. Особенности дизайн-проектирования интерьера школьной библиотеки ……. 251
Люй Ц., Барсукова Н.И. Роль визуальных связей в китайских исторических парковых ландшафтах и их значение для современного ландшафтно-архитектурного проектирования ……... 256
Люстей А.В., Ажгихин С.Г. Шаблонность и индивидуальность в веб-дизайне ……... 261
Люстей А.В., Марченко М.Н. Принципы универсального дизайна как основа дизайн-проектирования инклюзивной интерьерной среды общественных зданий …….. 266
Мартиросов А.В. Пустота и формы (Ч. I–Ч. II). Исследование формы в искусстве Италии …… 272
Мартиросов А.В. Точки и линии на плоскости (Ч. III). Космос Василия Кандинского …….. 276
Меркурьева К.Д., Кочеткова С.Ю. Двойственность грации: трансформация женского образа в вечернем наряде под влиянием архетипов «белого и черного лебедя» ……. 281
Михедина М.Д., Валуева А.Е. Основы искусственного интеллекта: понимание и применение ……..... 284
Моргунова Е.В., Марченко М.Н. Роль влияния невербальных компонентов в фирменном стиле бутик-отелей на формирование визуального образа гостиничного бренда ….. 288

Никуличева С.М. Особенности визуальной коммуникации женских спортивных клубов ……. 296
Огирчук В.М., Ажгихин С.Г. Влияние культурных маркеров на восприятие интерьерного дизайна ……... 300
Огирчук В.М., Ажгихин С.Г. Дизайн-проектирование ресторанного пространства ……... 304
Огирчук В.М., Швецова О.А. Осветительные приборы в дизайне интерьра малогабаритной квартиры ……. 306
Остапенко К.С., Марченко М.Н. Эргономика в дизайне интерьера школьного гардероба …….. 310
Острецова А.Б., Кочеткова С.Ю. Трансформация форменной одежды в российской образовательной среде: от традиций к современной интерпретации …….. 316
Просвиркина В.И., Гайдук Д.В. Типологические особенности инфекционных лабораторий по классу патогенности ……. 320
Пучкова Т.Е. Проектирование общественных интерьеров для детей …….. 327
Пьянков В.Г. Размышление о композиции в дизайн-образовании (из личного опыта работы) …… 333
Пьянков В.Г. Сходства и различия объемной и объемно пространственной композиций в графическом дизайне ……. 337
Рафаелян О.К., Кучеренко М.С. Формирование первого впечатления о пространстве средствами интерьерного дизайна ……..…… 342
Султанова Д.Н., Хакимов А.Х. Современная планировка и застройка посёлков городского типа города Самарканда ... 347
Токарев В.С., Плотникова М.Г., Рамазанова Т.М. Качественное улучшение рабочей интерактивной среды 3D-пространства для проектной деятельности дизайнеров ……. 355
Тоссу-Чобо К.А., Марченко М.Н. Эмоциональный дизайн интерьеров и зеленых насаждений ……..... 361
Трусова П.И., Ажгихин С.Г. Дизайн-проект интерьера квартиры для молодой семьи с опорой на технику Монтессори …… 366
Уварова М.А., Кузьменко А.Н. Благоустройство дворовых пространств в среднеэтажной застройке: существующие практики и перспективные направления развития ……. 369
Фам Т.Т.Н. Дизайн интерьера центров детского творчества как фактор развития креативного потенциала детей …….. 373
Фоменко Е.И., Гуменная Ю.В. Особености организации транспортной и логистической инфраструктуры железнодорожного вокзала …… 381

Хлебникова Ю.Р., Гуменная Ю.В. Проблемы восстановления своеобразия архитектурно-пространственной среды городов ……. 387
Хлопова Е.Н. Гайдбук – основные этапы разработки и рекомендации …….. 393
Хохлова П.А., Зимина О.А. Трансформация русского стиля в одежде: от народного русского костюма к современной моде …….. 397
Чжу А.Х., Барсукова Н.И. Использование пятиконечной звезды как центрального символа в советских и китайских наградных знаках 1940–1950-х годов ……..... 400
Шепилова В.А. Метакомпетенции преподавателя как фактор качества дизайн-образования …… 404

Научное издание

ДИЗАЙН И АРХИТЕКТУРА:
СИНТЕЗ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

Сборник научных трудов

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать 12.10.2026. Выход в свет _____
Формат 60×84 1/16. Уч.-изд. л. 25,9

Тираж 500 экз. Заказ № _____

Кубанский государственный университет
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149.
Издательско-полиграфический центр КубГУ
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149.

