

## **СЕКЦИЯ 20**

**«СОВРЕМЕННЫЕ  
ПРОБЛЕМЫ  
ИСКУССТВОВЕДЕНИЯ И  
ДИЗАЙНА В  
ОБРАЗОВАНИИ,  
СОЦИОКУЛЬТУРНОМ И  
ЭКОНОМИЧЕСКОМ  
РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА»**

## СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛЫХ ФОРМ БИЗНЕСА В СФЕРЕ ДИЗАЙНА С ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ Леншин П. А., доцент, Гладышева А. Г.....	3756
ВНЕДРЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ИНКЛЮЗИВНОГО ДИЗАЙНА ПРИ ВОССТАНОВЛЕНИИ ЛАНДШАФТНЫХ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ Мороз А.О. ....	3763
ДИЗАЙН УПАКОВКИ: ВЗАИМОСВЯЗЬ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА, ФОРМЫ И ФУНКЦИИ Путинцева Т.А., канд. искусствоведения, доцент ...	3767
КОНСТРУИРОВАНИЕ ИЗ БУМАГИ КАК РЕСУРС ПСИХИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ Савина Н. Г., канд. пед. наук, доцент .....	3772
ИГРОВАЯ ТЕРАПИЯ: ВЛИЯНИЕ ДИЗАЙНА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ ИГР Туйсина Д.М., канд. искусствоведения .....	3776
ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА ДИЗАЙНЕРА – ТРЕНД ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ? Цой В.В., Шакирова Э. К. ....	3785
АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ДИЗАЙНА ПРЕДМЕТНО ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ ПРИГОРОДНЫХ КОТТЕДЖЕЙ Чепурова О.Б., канд. искусствоведения, доцент, Безмогорычная П.Н. ....	3789
ИДЕНТИЧНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ГОСТИНИЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ СРЕДСТВАМИ ДИЗАЙНА ИНТЕРЬЕРА Чепурова О.Б., канд. искусствоведения, доцент, Тараскина М.А. ....	3794
ОСОБЕННОСТЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИНТЕРЬЕРНЫХ ПРОСТРАНСТВ ГОСТИНИЦ В ЦИРКОВЫХ КОМПЛЕКСАХ Чепурова О.Б., канд. искусствоведения, доцент, Шатохин А.Д. ....	3799
ВЛИЯНИЕ КРЕАТИВНО-СЕНСОРНОЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ СЛЕПЫХ И СЛАБОВИДЯЩИХ ДЕТЕЙ Шлеюк С.Г., канд. искусствоведения, доцент, Колесникова М.В. ....	3806
ИММЕРСИВНЫЙ ДИЗАЙН ВИРТУАЛЬНЫХ МЕБЕЛЬНЫХ САЛОНОВ: ВЛИЯНИЕ НА ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОВЛЕЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ И ПРОДАЖИ Шлеюк С.Г., канд. искусствоведения, доцент, Мещерина Д.С..	3811
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН ВИРТУАЛЬНЫХ МУЗЕЙНЫХ ПРОСТРАНСТВ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ Шлеюк С.Г., канд. искусствоведения, доцент, Антропов А.С. ....	3817
ДЕЛОВОЙ ИМИДЖ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ И ПЕДАГОГА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ Яньшина М. М., канд. искусствоведения .....	3824

# **ПРОБЛЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛЫХ ФОРМ БИЗНЕСА В СФЕРЕ ДИЗАЙНА С ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ**

**Леншин П. А., доцент, Гладышева А. Г.**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Оренбургский государственный университет»**

Актуальность рассматриваемой темы обусловлена возрастающей экономической значимостью малого предпринимательства в Российской Федерации, а также возросшей ролью креативных индустрий — в частности, сферы дизайна — в структуре современной экономики [13]. Малые предприятия, функционирующие в области дизайна, сталкиваются с рядом специфических вызовов, среди которых особое место занимает несоответствие квалификационных характеристик подготовленных специалистов реальным потребностям рынка [5]. Это обстоятельство определяет необходимость укрепления взаимодействия между субъектами малого бизнеса и образовательными организациями с целью формирования практико-ориентированной модели подготовки кадров [4]. Несмотря на наличие объективного потенциала для развития синергетического партнёрства, сотрудничество между субъектом малого предпринимательства в сфере дизайна и системой профессионального образования на сегодняшний день носит фрагментарный, эпизодический характер и характеризуется недостаточной системностью и эффективностью [6].

Цель данной публикации — выявить ключевые проблемы во взаимодействии малого бизнеса в сфере дизайна с образовательными учреждениями и предложить пути их решения. В работе анализируются системные дисфункции, организационные барьеры и перспективные модели партнерства, способные обеспечить качественную подготовку конкурентоспособных специалистов для креативной экономики России [18].

Сфера дизайна в России переживает значительную трансформацию, что связано с цифровизацией экономики и изменением потребительских предпочтений [24]. Современный дизайн охватывает множество направлений — от визуальных коммуникаций, дизайна в цифровой среде и моушн-дизайна до арт-проектирования костюма и менеджмента креативных агентств. Такое разнообразие требует от специалистов не только творческих способностей, но и широкого спектра профессиональных компетенций, включая знания в области маркетинга, менеджмента и цифровых технологий [7]. Малые предприятия, функционирующие в сфере дизайна, характеризуются рядом специфических особенностей, обусловленных их организационно-экономической структурой и рыночной средой. Прежде всего, они оперируют в условиях значительных ресурсных ограничений — как финансовых, так и материально-технических, что накладывает существенные рамки на масштабы их деятельности и инвестиционные возможности. Во-вторых, вследствие высокой динамики

изменений в эстетических предпочтениях, технологических решениях и потребительских ожиданиях, такие предприятия вынуждены демонстрировать повышенную гибкость и способность к оперативной адаптации к новым трендам и рыночным вызовам. Наконец, одной из наиболее острых проблем для малых дизайн-компаний является дефицит квалифицированных кадров: привлечение и удержание специалистов с актуальными компетенциями в области современного дизайна, цифровых инструментов и креативных методологий представляет собой значительную трудность, особенно на фоне конкуренции со стороны более крупных игроков рынка. В этом контексте взаимодействие с образовательными организациями становится для них стратегической необходимостью, позволяющей восполнять кадровый дефицит и оставаться конкурентоспособными [9].

Со стороны образовательной системы также возникает запрос на сотрудничество с бизнесом, поскольку это позволяет актуализировать учебные программы, обеспечить практическую подготовку студентов и способствовать их успешному трудоустройству [4]. Однако, как показывают исследования, это взаимодействие часто остается эпизодическим и несистемным [8]. Одной из наиболее значимых проблем является рассогласование между содержанием образовательных программ и реальными требованиями рынка труда [1]. Многие знания, которые получают студенты, быстро устаревают, не успевая за динамично развивающимися технологиями и практиками дизайн-индустрии [24]. Малые предприятия, работающие в сфере дизайна, часто сталкиваются с тем, что выпускники вузов, как правило, обладают достаточной теоретической базой, однако им недостаёт практических навыков, необходимых для немедленного включения в производственные процессы [9].

Исследования в области дизайн-образования показывают, что существует «недостаточная согласованность между рынком труда и образовательной системой» [21]. Этот разрыв усугубляется быстрым развитием цифровых технологий, появлением новых материалов и изменением потребительских предпочтений, к которым малый бизнес вынужден адаптироваться значительно быстрее, чем образовательные организации успевают обновлять учебные программы [25]. Нехватка практической составляющей в обучении является серьезным препятствием для формирования компетентных специалистов. Как отмечают исследователи, существует «нехватка практической деятельности в обучении студентов профильных учебных заведений, сложности с поиском хорошего места для прохождения трудовой практики» [10]. Для малых дизайн-предприятий организация качественных стажировок часто представляет значительные трудности из-за ограниченности ресурсов, площадей и административных возможностей [15]. В результате студенты лишаются возможности применять теоретические знания в реальных проектах, а малый бизнес — получать доступ к перспективным кадрам и свежим идеям [30].

Образовательные программы в сфере дизайна традиционно сосредоточены на развитии творческих способностей и технических навыков, но недостаточно внимания уделяют формированию предпринимательского

мышления и бизнес-компетенций [6]. Между тем, для успешной деятельности в малом бизнесе дизайнеру необходимы знания в области менеджмента, маркетинга, финансов и правовых основ предпринимательства. Отсутствие комплексной подготовки в области «менеджмента дизайн-бизнеса» приводит к тому, что многие талантливые дизайнеры испытывают значительные трудности при открытии собственного дела или работе в малых предпринимательских структурах, где требуется многозадачность и понимание бизнес-процессов [27]. Малые предприятия дизайн-сферы часто сталкиваются с ограниченностью ресурсов — временных, финансовых, административных — что не позволяет им активно участвовать в образовательном процессе. Вузы же могут быть скованы бюрократическими процедурами, жесткими учебными планами и недостаточной гибкостью для оперативного реагирования на запросы бизнеса [11].

Дополнительной проблемой является слабая информированность сторон о возможностях и потребностях друг друга. Малый бизнес не всегда знает о существующих мерах поддержки сотрудничества с образовательными организациями, а вузы могут иметь неполное представление о реальных запросах дизайн-индустрии [29]. Перспективные модели и формы взаимодействия: эффективной формой взаимодействия являются бизнес-инкубационные структуры, создаваемые на базе образовательных организаций. Такие инкубаторы «реализуют программы многофункциональной подготовки, помогают малым предприятиям выжить в стартовый период» и могут быть специализированы на проектах в сфере дизайна.

Бизнес-инкубаторы выполняют двойную функцию: с одной стороны, они способствуют развитию малого предпринимательства, предоставляя ресурсы и образовательную поддержку, с другой — позволяют студентам получить практический опыт работы над реальными проектами в контролируемой среде. «Студенческие бизнес-инкубаторы на базе вузов» представляют особый интерес, поскольку целенаправленно ориентированы на вовлечение учащихся в предпринимательскую деятельность [28].

Перспективным направлением является и внедрение проектных форм обучения, когда студенты работают над реальными кейсами от малых предприятий дизайн-сферы. Программа «Стартап как диплом», инициированная Минобрнауки России, позволяет студентам создавать собственные бизнес-проекты в качестве выпускной квалификационной работы [17]. Такая форма взаимодействия выгодна всем участникам: студенты получают возможность развить предпринимательские навыки и запустить собственное дело, малый бизнес — доступ к талантам и инновационным идеям, а вузы — повышение практической направленности образования и укрепление связей с бизнес-средой.

Развитие системы дополнительного профессионального образования (ДПО) для малого предпринимательства является важным направлением взаимодействия. Такие программы позволяют практикующим дизайнерам и предпринимателям повышать квалификацию, осваивать новые технологии и

методы работы, а образовательным организациям — поддерживать актуальность предлагаемых образовательных продуктов и расширять аудиторию. Для малых форм бизнеса в сфере дизайна ДПО представляет особую ценность, поскольку позволяет гибко и оперативно реагировать на изменяющиеся требования рынка без отрыва от производственной деятельности [12].

Цифровая платформа МСП.РФ, разработанная государством, может служить эффективным инструментом взаимодействия малого бизнеса с образовательными организациями. Платформа обеспечивает «адресный подбор и проактивное одобрение мер поддержки» и может быть использована для установления контактов между предпринимателями и образовательными учреждениями [31]. Кроме государственных платформ, эффективными могут стать отраслевые цифровые ресурсы, специализированные на дизайн-индустрии, позволяющие малым предприятиям размещать проектные задания для студентов, а вузам — приглашать практиков для участия в образовательном процессе [1].

Для преодоления выявленных проблем и развития эффективного взаимодействия между малыми формами бизнеса в сфере дизайна и образовательными организациями предлагаются следующие рекомендации:

1. Развитие гибких и практико-ориентированных образовательных программ, создаваемых совместно с представителями дизайн-индустрии. Такие программы должны включать реальные проекты, стажировки в малых предприятиях и увеличение количества практиков, участвующих в преподавании [9].

2. Создание и поддержка бизнес-инкубаторов и акселераторов, специализированных на дизайне, на базе образовательных организаций. Эти структуры должны обеспечивать комплексную поддержку малым предприятиям и студенческим стартапам [28].

3. Внедрение в дизайн-образование предпринимательского компонента, включающего специализированные знания основ менеджмента, маркетинга, финансов и правовых аспектов деятельности малого бизнеса в области дизайна. Это позволит выпускникам успешно создавать и развивать собственные предприятия [20].

4. Формирование цифровых платформ и инструментов для упрощения взаимодействия между малым дизайн-бизнесом и образовательными организациями. Такие платформы могут включать базы кейсов, проектов, вакансий и стажировок [1, 31].

5. Развитие системы мер государственной поддержки, стимулирующей сотрудничество малого бизнеса и образовательных организаций, включая грантовые программы, налоговые льготы и специальные мероприятия [18].

Взаимодействие малых форм бизнеса в сфере дизайна с образовательными организациями представляет собой сложную, но решаемую задачу. Преодоление существующих проблем требует совместных усилий всех заинтересованных сторон: предпринимателей, образовательных организаций,

представителей государственных органов и институтов развития. Перспективные модели взаимодействия, такие как бизнес-инкубаторы, проектное обучение и программы дополнительного профессионального образования, уже показали свою эффективность и могут быть масштабированы [17]. Их внедрение позволит обеспечить подготовку конкурентоспособных специалистов, способных не только к творческой деятельности, но и к успешному предпринимательству в сфере дизайна [27].

Дальнейшее развитие партнерства между малым дизайн-бизнесом и образовательными организациями будет способствовать укреплению креативной экономики России, созданию инновационных продуктов и услуг, и в конечном итоге — повышению качества жизни населения.

#### Список литературы

1. Артёмова Е. С. Цифровые платформы как среда взаимодействия креативного бизнеса и образования // *Цифровая педагогика*. – 2023. – № 2. – С. 55–63.
2. Белов А. И. Компетентностная модель дизайнера в условиях цифровой трансформации // *Архитектура, строительство, дизайн*. – 2023. – № 1. – С. 34–41.
3. Богданова Ю. Л. Проектное обучение в дизайне: опыт интеграции бизнеса и образования // *Архитектура и современные информационные технологии*. – 2023. – № 1(64). – С. 112–120.
4. Васильева М. А. Интеграция бизнеса и образования: опыт и барьеры // *Образование и наука*. – 2021. – Т. 23, № 5. – С. 92–108.
5. Григорьева О. В. Особенности малого предпринимательства в креативных индустриях // *Экономика и предпринимательство*. – 2022. – № 4(141). – С. 112–116.
6. Денисова Е. В. Предпринимательская компетентность дизайнера: содержание и структура // *Дизайн и архитектура*. – 2022. – № 4(36). – С. 22–29.
7. Друкер П. Ф. Инновации и предпринимательство / пер. с англ. – М.: Вильямс, 2020. – 352 с.
8. Зайцева Е. Ю. Проблемы взаимодействия вузов и малого бизнеса в сфере творческих индустрий // *Управленческое консультирование*. – 2020. – № 12. – С. 67–75.
9. Иванов С. К. Практико-ориентированная подготовка специалистов в сфере дизайна: опыт вузов // *Дизайн. Материалы. Технологии*. – 2022. – № 3. – С. 101–109.
10. Ковалёва А. С. Проблемы организации практики студентов в креативных индустриях // *Профессиональное образование. Столица*. – 2021. – № 4. – С. 55–61.
11. Козлова Т. В. Бюрократические барьеры в реализации практико-ориентированных образовательных программ // *Высшее образование сегодня*. – 2023. – № 7. – С. 33–40.
12. Кузнецова Л. А. ДПО как инструмент адаптации креативных

специалистов к рынку труда // Дополнительное профессиональное образование. – 2022. – № 4. – С. 27–34.

13. Кузнецов А. В., Лебедева Н. Н. Креативные индустрии как фактор развития региональной экономики // Вопросы экономики. – 2021. – № 6. – С. 112–128.

14. Куцко Л. Р. Управление дизайн-бизнесом: учеб. пособие. – М.: Архитектура-С, 2021. – 192 с.

15. Лукьянова М. В. Ресурсные ограничения малого бизнеса в сфере дизайна // Вестн. Санкт-Петербургского ун-та. Экономика. – 2022. – Т. 38, № 2. – С. 144–152.

16. Малышева Н. П. Ограничения малого предпринимательства в сфере культуры и искусства // Экономика культуры. – 2020. – № 3. – С. 44–52.

17. Министерство науки и высшего образования РФ. Приказ от 10 ноября 2022 г. № 1023 «Об утверждении Порядка реализации программы «Стартап как диплом» // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 2022. – № 48.

18. Министерство экономического развития РФ. Стратегия развития креативных индустрий в Российской Федерации до 2030 года. – М., 2023. – 48 с.

19. Минобрнауки РФ. Методические рекомендации по созданию студенческих бизнес-инкубаторов. – М., 2022. – 36 с.

20. Норман Э., Верганти Р. Дизайн-ориентированные инновации в креативных индустриях / пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. – 288 с.

21. Попова Е. С. Практико-ориентированное образование в сфере дизайна: проблемы и перспективы // Дизайн и архитектура. – 2022. – № 2(34). – С. 45–53.

22. Постановление Правительства РФ от 24 декабря 2021 г. № 2459 «Об утверждении Концепции развития дополнительного профессионального образования» // Собрание законодательства РФ. – 2022. – № 1. – Ст. 15.

23. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (ред. от 02.12.2024) // Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 31. – Ст. 4177.

24. Петрова Д. А. Цифровизация дизайн-образования: вызовы и возможности // Современные проблемы науки и образования. – 2023. – № 2. – С. 88–95.

25. Росстат. Деятельность малого и среднего предпринимательства в России в 2023 году. – М., 2024. – 124 с.

26. Смирнова Т. Г. Формирование креативного капитала через университетско-бизнес-партнёрство // Высшее образование в России. – 2020. – № 9. – С. 78–87.

27. Соколова И. Р. Управление дизайн-бизнесом: учеб. пособие. – М.: Архитектура-С, 2021. – 192 с.

28. Тарасова О. В. Студенческие бизнес-инкубаторы как инструмент

развития предпринимательской активности // Вестн. Томского гос. ун-та. Экономика. – 2021. – № 58. – С. 90–98.

29. Фомичёва А. А. Информационные асимметрии в университетско-бизнес-взаимодействии // Науч. ведомости БелГУ. Сер.: Гуманитар. науки. – 2022. – № 2(42). – С. 120–128.

30. Шевченко А. Н. Университетско-бизнес-партнёрство в креативной экономике // Инновации в образовании. – 2023. – № 1. – С. 73–82.

31. Портал МСП.РФ [Электронный ресурс]. – URL: <https://msp.gov.ru> (дата обращения: 10.01.2026).

# ВНЕДРЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ИНКЛЮЗИВНОГО ДИЗАЙНА ПРИ ВОССТАНОВЛЕНИИ ЛАНДШАФТНЫХ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Мороз А.О.

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А.Л. Штиглица, город Санкт-Петербург

В условиях изменяющегося социокультурного контекста восстановление объектов культурного наследия, в том числе ландшафтных комплексов, играет ключевую роль в сохранении культурно-исторической идентичности общества. Важным аспектом при восстановлении объектов культурного наследия является обеспечение доступности и инклюзивности их территории. Инклюзия обеспечивается за счет внедрения элементов и принципов универсального дизайна, подразумевающего создание условий для полноценного участия в социальной жизни всех групп населения.

История универсального дизайна началась в 1960-х гг., когда Р. Мейсом и С. Голдсмитом параллельно разрабатывались понятия универсального дизайна и новаторского руководства по обеспечению свободного доступа для людей с ограниченными возможностями здоровья [10]. В 1997 г. в университете Северной Каролины были представлены 7 принципов универсального дизайна. В 2006 г. Конвенцией ООН о правах лиц с инвалидностью [1] была принята концепция «универсального дизайна» и определена как: проектирование продуктов, окружающей среды, программ и услуг таким образом, чтобы ими могли пользоваться все люди в максимально возможной степени без необходимости адаптации или специализированного проектирования. Применение элементов и принципов универсального дизайна к объектам культурного наследия помогает преодолеть барьеры, мешающие полноценному восприятию и доступу исторических объектов.

В статье рассматриваются элементы и методы внедрения элементов инклюзивного дизайна при восстановлении ландшафтных объектов культурного наследия и подчеркивается важность интегрирования элементов инклюзии на этапе проектирования и реализации восстановительных работ. *Для ландшафтных объектов культуры важно учитывать такие факторы, как доступность пешеходных маршрутов, наличие информационных указателей и тактильных элементов, возможность адаптированного использования природных и архитектурных сред, а также безопасное перемещение по территории.*

При восстановлении ландшафтных объектов культурного наследия используются элементы инклюзивного дизайна, обеспечивающие доступность для людей, имеющих следующие группы нозологий: нарушение зрения, нарушение слуха, нарушение мобильности, нарушение ОДА и ментальные нарушения. Для устранения барьера людям с ментальными нарушениями, а также с нарушениями зрения, слуха, используются тактильные указатели

(мнемосхемы, таблички, пиктограммы, стенды), тактильно-звуковые устройства (стенды, пиктограммы), тактильно-визуальная разметка (плитка, индикаторы, ленты, контрастная маркировка). Для устранения барьера людям с нарушениями ОДА и мобильности используют пандусы и перекатные пандусы, поручни и перила, уличные скамьи с местом для инвалидов и инвалидов-опорников, а также предусматривается парковка для инвалидов и индивидуальные графические, информационные материалы.

Большой опыт по восстановлению и сохранению ОКН накоплен в Великобритании. Деятельность Национального фонда Великобритании (National Trust) направлена на сохранение и защиту природного и культурного наследия Англии, Уэльса и Северной Ирландии. Объекты наследия, находящиеся в ведении фонда, когда-то были доступны лишь немногим, а сейчас их ежегодно посещает более 150 млн. человек, что обуславливает необходимость обеспечить равный доступ.

С 1922 года Ливеден-Нью-Билд находится в ведении Национального фонда. Усадьба Ливеден — историческое здание с пандусом на первом этаже и лифтом на второй этаж. Для людей с нарушениями слуха в усадьбе и парке имеются индукционные петли, для людей с нарушениями зрения на стойке регистрации для посетителей доступны информация на шрифте Брайля и аудиогиды. Большая часть исторического сада, поздней елизаветинской эпохи, доступна для людей с ограниченными возможностями передвижения: тропы вокруг Ливедена представляют собой смесь травы, гравия и утрамбованной земли. Пандусы устанавливаются там, где это необходимо для обеспечения беспрепятственного доступа к ключевым зонам, включая кафе.

Парк Стоу — это сад в пейзажном стиле, площадью 250 акров с удобствами для посетителей, расположенными при входе. Большинство дорожек вымощены гравием или щебнем. В информационном центре для посетителей предлагается путеводитель и карта, также доступная на шрифте Брайля, также предоставляются индукционные и Т-образные петли. На карте указаны рекомендуемые маршруты, расстояния между ключевыми памятниками, места для отдыха, туалеты, тихие уголки и многое другое. Для особых случаев и частных мероприятий администрация парка предоставляет пандус для подъема по лестнице в храмы и памятники.

Тщательно восстановленный ландшафт Базилдон парка предлагает прекрасные виды, тихие тропы и места для пикников, а также зоны для игр и бега детей. Одним из дополнений, внесенных семьей Илифф к прогулочным уголкам в 1960-х годах, стал розарий, который по-настоящему оживает в весенние и летние месяцы. Территория частично доступна для посещения маломобильных групп населения: по всему парку проложены гравийные дорожки, но местами местность имеет склоны и неровную поверхность. Разработаны специальные маршруты, адаптированные по разные возможности людей. Для людей с нарушениями слуха в усадьбе и парке имеются индукционные петли, для людей с нарушениями зрения на стойке регистрации для посетителей доступны карты и другая информация на шрифте Брайля.

Сад Гордонского замка, окруженный стеной, (Gordon Castle Walled Garden) [6] был создан более 200 лет назад, с 2013 г. в нем проводились реставрационные мероприятия, и теперь это один из крупнейших садов в Шотландии, Великобритании. Сад в значительной степени доступен для людей в инвалидных колясках, все входы и выходы оборудованы широкими дверями, в магазине при саду есть пандус для инвалидов. Вся инфраструктура: автостоянка, сад, кафе, магазин, игровая площадка, сарай для садового инвентаря и туалеты расположены на одном уровне, обеспечивая достаточно места для передвижения людей на инвалидной коляске. Основные пешеходные дорожки спроектированы так, чтобы быть доступными и облегчать передвижение для людей с нарушениями зрения. Кроме того исторический сад предлагает посетителям с нарушениями зрения сенсорное восприятие центральной части, в которой высажены лаванда и другие ароматные травы, которые обогащают ольфакторное и тактильное восприятие.

Современные подходы к восстановлению ландшафтных объектов с учетом инклюзивности включают:

1. проектирование доступных дорожек и маршрутов. Использование мягких покрытий, плавных уклонов и тактильных направителей помогает людям с ограниченными возможностями чувствовать себя уверенно в пространстве;

2. обеспечение визуальной и тактильной информативности. Размещение многоязычных информационных табличек, тактильных карт и элементов навигации способствует восприятию истории и особенностей объекта всеми посетителями;

3. реализацию элементов архитектурной доступности. Установка пандусов, перил, специально адаптированных входных групп и оборудованных зон для отдыха обеспечивает равные возможности для всех групп;

4. интеграцию природных элементов в дизайн. Использование цветов, текстур и звуковых эффектов для создания инклюзивных пространств, где каждый чувствует себя комфортно, а также возможность участия в интерактивных формах взаимодействия;

5. Обучение и подготовку специалистов. Внедрение кадровых программ, ориентированных на инклюзивный дизайн и его особенности при реставрации ландшафтов.

Внедрение элементов инклюзивного дизайна при восстановлении ландшафтных объектов культурного наследия в современных условиях является важным этапом в формировании более доступных и равноправных пространств. Комплексный подход, основанный на принципах инклюзивности, позволяет не только сохранить историческое наследие, но и сделать его более открытым и привлекательным для всех групп населения.

Дальнейшие исследования и практические разработки в этой области будут способствовать повышению доступности реставрационных проектов, сохраняя культурное наследие для будущих поколений и обеспечивая равные условия для культурного участия каждого человека.

Таким образом, применение элементов инклюзивного дизайна в восстановлении ландшафтных объектов культурного наследия открывает новые горизонты для более широкого и равноправного участия общества в сохранении культурных ценностей, что является важным аспектом современного этапа восстановления исторических объектов.

#### Список литературы

1. Конвенция о правах инвалидов: принята Резолюцией 61/106 Генеральной Ассамблеи от 13 декабря 2006 года // Сайт ООН. — URL: <https://www.un.org/ru/documents/treaty/A-RES-61-106>
2. Лазовская, Н. А. От безбарьерной среды к универсальному дизайну: теория и практика / Н. А. Лазовская // Архитектура : сборник научных трудов. – 2016. – Вып. 9. – С. 227 - 231.
3. Чеканова, Е.С. Безбарьерная среда в предметном дизайне // Бизнес и дизайн ревю. - 2016. - Т. 1. - № 3 (7). - С. 11.
4. Barrier-Free Design // URL: <https://devoldbr.com/blog/barrier-free-design/> (дата обращения: 24.01.2024).
5. Building Social Ecology: портал. – 2026. – URL: <https://www.buildingsocialecology.org/patterns/barrier-free-design/> (дата обращения: 24.01.2024)
6. Gordon Castle Scotland: портал. – 2026. - URL: <https://www.gordoncastle.com/garden/> (дата обращения: 24.01.2026)
7. Hui Wang Research on Barrier-free Design of House Environment. Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR), volume 206. 2018 International Conference on Advances in Social Sciences and Sustainable Development (ASSSD 2018). pp.5-8.
8. Patrick, M., Muldowney, A., Turay, A., Koroma, B. and McKinnon, I. (2023) Inclusive Design and Accessibility in Freetown, Sierra Leone. AT2030 Inclusive Infrastructure Case Studies. Prepared by the Global Disability Innovation Hub and partners for the UK Foreign, Commonwealth and Development Office.
9. Sharma, A. A Review of Barrier-Free Design in Built Environment. International Journal of Multidisciplinary Innovative Research Volume 2, Number 1 (Jan' 2022) pp. 33-37.
10. Universal Design – introduction to a design principle that challenges the idea of being human By Ryhl, C. Eiriksson, M., Overby Sørensen, R. Universal Design Hub, Bevica Fonden. URL: <https://www.bevicafonden.dk/en/vidensindlaeg/universal-design---introduktion-til-et-designprincip-der-udfordrer-tanken-om-at-vaere-menneske> (дата обращения: 24.01.2026)

## **ДИЗАЙН УПАКОВКИ: ВЗАИМОСВЯЗЬ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА, ФОРМЫ И ФУНКЦИИ**

**Путинцева Т.А., канд. искусствоведения, доцент  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

Одной из важнейших задач упаковки является защита содержимого от повреждений при транспортировке и сохранение свежести продукта (в пищевой промышленности). Эта задача успешно решается с помощью современных материалов и технологий. Проблема заключается в том, что в настоящее время существует множество производителей аналогичных товаров в достаточно однообразной упаковке, поэтому очень важно выделить продукт среди конкурентов с помощью оригинального дизайна упаковки, при этом сохранив доступный для потребителя ценовой сегмент. Хороший дизайн упаковки побуждает покупателя к покупке продукта, благодаря её художественной образности, уникальности формы и графики, высокой функциональности.

С точки зрения взаимодействия художественного образа, формы и функции, показательным является опыт разработки дизайн-концепции проекта «Дизайн комплекта упаковок и этикеток для продукции «Деревенские семечки», выполненного на кафедре дизайна Оренбургского государственного университета студенткой четвёртого курса В.С. Сас под руководством кандидата искусствоведения, доцента кафедры дизайна Т.А. Путинцевой. Дизайн-проект отмечен дипломом I степени Международной выставки-конкурса «Концепции устойчивого развития в дизайне будущего: брендинг, экоупаковка, технологии и маркетинг» в рамках XVIII Международного биотехнологического форума «Росбиотех 2025».

Предварительное исследование исходной ситуации показало, что снековая продукция, выпускаемая оренбургской компанией ООО «Сордес» под торговой маркой «Деревенские семечки», обладает многими достоинствами: лучшее производственное сырьё, собственные уникальные технологии, высокотехнологичное оборудование, натуральность продукта, большой ассортимент, строгий контроль качества [6]. Продукция данной торговой марки представлена снеками десяти разных вкусов, порядка десяти различных фасовок в зависимости от веса продукта, разных ценовых сегментов. На упаковке практически нет элементов фирменной графики, большую часть композиции занимают товарный знак, девиз и фотография самого продукта. Наблюдаются нарушения единства стиля, используется шрифт различных гарнитур и кеглей.

Нами предложена идея создания единого современного графического стиля для линейки продукции «Деревенские семечки» в сочетании с оригинальной формой и новыми функциональными возможностями упаковки.

Смысловая концепция проекта заключается в создании настроения

беззаботности и дружелюбия при помощи характерного персонажа - птицы-семечки (рисунок 1). По словам автора дизайн-концепции проекта, «такой художественный образ создает ностальгическое настроение у целевой аудитории, вызывает положительные эмоции и доверие к продукту, семечки выступают как символ полета в прошлое - например, когда бабушка угощала кулёчком семечек». При виде птички-семечки у потребителя ассоциативно вспоминаются образы детских, по-своему притягательных, рисунков. Такой персонаж надежно закрепляется в сознании целевой аудитории. Одновременно, семечка является исходной формой подлежащего упаковке продукта.

Для каждого вкуса разработано графическое оформление в едином стиле на штучных упаковках. Форма штучных упаковок для семечек представляет собой удобные пакеты из глянцевой полипропиленовой или полиэтиленовой пленки с внутренним слоем, с функцией надежной защиты продукта от проникновения света, влаги и пыли. Функция высыпания продукта обеспечивается путём открывания по небольшому надрезу. Конструкция относится к виду трёхшовного пакета-подушки [4]. Развёртка имеет форму прямоугольника, размер которого зависит от веса продукта (35 г., 70 г., 200 г.).



*Рисунок 1 – Исходная форма семечки; развёртки и упаковки для одного вида семечек (автор В.С. Сас, руководитель Т.А. Путинцева)*

Образ птицы-семечки меняется в зависимости от вкуса: она изображена в разных обстоятельствах и взаимодействует с дополнительными предметами. Так, на упаковке семечек с морской солью птица изображена в образе серфингиста на волне, а на упаковке элитных семечек птица приобретает

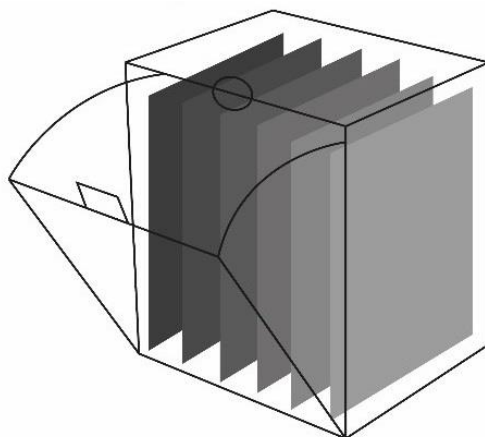
королевский вид – появляются дополнительная атрибутика в виде короны и мантии (рисунок 1).

Каждая штучная упаковка имеет свой цвет, подобранный на основе ассоциаций в соответствии со вкусом продукции. Например, семечки с морской солью выполнены в синей цветовой гамме для создания прямой ассоциации с морем, белые соленые семечки – соответственно в белом цвете, белые семечки с перцем – в сочетании черного и красно-оранжевого: огненный красно-оранжевый цвет является прямой ассоциацией жгучести и остроты, а черный фон усиливает его выразительность. Для элитных семечек основным цветом выбрано сочетание рубинового и желтого, отсылающее на более дорогой сегмент продукции (рисунок 1).

Важнейшим идентификатором бренда является товарный знак [2; 3]. Узнаваемый товарный знак популярной линейки «Деревенские семечки» в виде цветка подсолнечника был сохранён и размещён на каждой разработанной упаковке в единстве стиля с графикой. Тем более, сам продукт – подсолнечник – является характерной для степного Оренбуржья сельскохозяйственной культурой и одним из семантических признаков территории.

Выбор акцидентного шрифта неразрывно связан с графическим стилем упаковки. Шрифт, как и другие графические элементы, имитирует рисунок мелками или карандашом, что ассоциируется с детскими рисунками на асфальте и подчеркивает художественный образ, создавая стилистическое единство. Акцидентным шрифтом обозначена главная информация – объем продукта, вкус и фраза «натуральный продукт». Шрифты контрастны к фону для повышения удобочитаемости и создания комфортной визуальной среды.

Особый интерес в проекте представляет тарная подарочная упаковка, в которую укладываются все штучные упаковки с разными вкусами (рисунок 2). Художественный образ путешествия в прошлое вместе с птичкой-семечкой рождает ассоциации с формой домика для птиц, кормушки, в целом с процессом кормления птиц, не оставляющим равнодушным целевую аудиторию.



*Рисунок 2 – Схема хранения единичных упаковок в тарной подарочной упаковке (автор В.С. Сас, руководитель Т.А. Путинцева)*

Таким образом, подарочная упаковка становится многофункциональной: стандартная функция упаковки здесь сочетается с декоративной и рекламной функцией, с функцией домика-кормушки для птиц и с развивающей функцией тематического кроссворда на открывающемся клапане (рисунок 3). Вместе с тем, подарочная упаковка создаёт брендовый сувенирный характер, выгодно преподнося и обрамляя содержимое.

Тарная подарочная упаковка изготавливается из плотного целлюлозного картона [7]. В закрытом состоянии она имеет форму параллелепипеда, обусловленную размерами и пропорциями штучных упаковок. Для удобной фиксации и открывания предусмотрено наличие бумажного замка. Конструктивной особенностью тарной упаковки является выдвижная способность фронтальной грани, обеспечивающая быстрый доступ к содержимому продукту.



*Рисунок 3 – Макет тарной подарочной упаковки (автор В.С. Сас, руководитель Т.А. Путинцева)*

Таким образом, выраженный авторскими графическими средствами художественный образ, в соединении с многоплановыми функциональными возможностями, обуславливает уникальную форму.

Разработанный нами комплект упаковок может выступать в качестве туристической сувенирной продукции Оренбургского региона, решая задачи популяризации характерных природных признаков и культурно-экологической идентичности территории средствами дизайна [1; 5]. Новый уникальный запоминающийся образ позволит выделить продукцию компании среди многих конкурентов и сделать её настоящим оренбургским брендом.

### Список литературы

1. Кондратьева, К.А. Дизайн и экология культуры / К.А. Кондратьева. – М.: МГХПУ им. Строганова, 2000, 105 с.
2. Мазурина, Т.А. Дизайн отечественного товарного знака: символика и стилистика: автореферат дисс. .... кандидата искусствоведения / Т.А. Мазурина. – М.: ООО «Компания Спутник+», 2008. - 26 с.
3. Мазурина, Т. А. Товарный знак как индентификатор бренда / Мазурина Т. А. // Вестник Оренбургского государственного университета, 2014. - № 5 (166). - С. 63-67.
4. Пакет подушка (pillow pack) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://упаковка.рф/stati/paket-podushka-pillow-pack>
5. Путинцева, Т.А. Культурно-экологический подход в брендинге / Т.А. Путинцева // Проектная культура и качество жизни: международный политематический журнал научных публикаций, 2017. - № 9. - С. 4-11.
6. Сайт ООО «СОРДЕС» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://sordes.ru/>
7. Целлюлозный картон – преимущества и применение [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://unikomm.ru/delivery/stati/tsellyulozniy-karton-preimushchestva-i-primenenie/>

## КОНСТРУИРОВАНИЕ ИЗ БУМАГИ КАК РЕСУРС ПСИХИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Савина Н. Г., канд. пед. наук, доцент  
Детский центр «Юный конструктор», город Чебаркуль

Цифровая среда увеличила долю «потребления» готовых образов (видео, игры, ленты), при этом у ребёнка сокращается время на продуктивную деятельность руками, где нужно планировать, доводить работу до результата и выдерживать темп. В систематическом обзоре обзоров Н. Стиглич и Р. Вайнера показано, что связь экранного времени с показателями здоровья и благополучия детей неоднородна, однако устойчивые ассоциации касаются сна и психоэмоционального самочувствия. Это возвращает в повестку образования вопрос о культурно приемлемых «антидотах» к фрагментарности внимания - через деятельность, требующую формы, последовательности и завершённости. [2]

В отечественной традиции художественно-трудовые практики выполняли не только эстетическую, но и регуляторную функцию: через форму, порядок действий и завершёность результата ребёнок получал опыт управляемости собственной активности. В современном дискурсе это сближается с пониманием дизайна как проектирования, где важны постановка цели, выбор способа, проверка критериев качества и улучшение решения. Метааналитические данные по дизайн-мышлению в образовании демонстрируют позитивное влияние таких практик на продуктивное мышление и способность улучшать решение. [5]

Бумажное конструирование принципиально «геометрично»: ребёнок работает с развёртками, симметрией, модульностью, устойчивостью формы и соотношением частей. Метаанализ пространственного тренинга (D. Uttal и соавт.) показывает, что тренировка пространственных навыков даёт устойчивый прирост и частичный перенос на смежные виды деятельности, включая математические компоненты обучения. Следовательно, работа с развёртками и симметрией может выступать содержательной пропедевтикой геометрии в начальной школе. [4]

Отдельный пласт исследований связан с оригами и близкими видами бумажной деятельности. В систематическом обзоре A. Mendonça и соавт. подчёркивается потенциал бумажного складывания и моделирования как средства развития внимания, пространственных представлений и тонкой моторики, а также как мотивирующей практики за счёт видимого результата и переживания завершённости. Это делает бумажное конструирование удобным медиатором между цифровой средой и деятельностным опытом ребёнка. [3]

В авторской педагогической практике (2001–2025) бумажное моделирование рассматривается как средство развития когнитивно-регуляторных механизмов деятельности: ребёнок действует по схеме, удерживает последовательность шагов, контролирует точность и завершает

продукт. Анализ продукта деятельности (симметрия, деформация, незавершённость) используется не как оценка «красиво - некрасиво», а как показатель соблюдения последовательности и самоконтроля, то есть как материал для педагогического сопровождения и накопления доказательств динамики. [1]

Предлагаемая таблица этапов конструирования операционализирует связь между геометрическими характеристиками формы (развёртка, оси симметрии, модульность, устойчивость) и регуляторными действиями ребёнка (планирование, контроль, коррекция, доведение до завершения). Такая логика делает конструирование понятным инструментом для педагогов, работающих на стыке художественно-трудового, технологического и математического образования, и поддерживает подготовку будущих специалистов в рамках «университетского комплекса» (преемственность школа - дополнительное образование - вуз). [1]

По данным педагогических наблюдений и отзывов семей отмечаются эффекты, значимые для психического благополучия: снижение напряжения «не справлюсь», рост уверенности, формирование привычки самопроверки, стабилизация темпа работы и устойчивое желание заниматься. В педагогической интерпретации это означает рост управляемости действия и снижение фрагментарности активности, что особенно важно в условиях цифровой нагрузки и клипового потребления информации. [2]

Связь конструирования с дизайном в образовании проявляется через освоение ребёнком базовой логики проектирования: «замысел - план - выполнение - проверка - улучшение». Метааналитические данные по дизайн-мышлению показывают, что включение такой логики в учебные практики поддерживает способность улучшать решение и аргументировать выбор; в бумажном конструировании эта логика присутствует естественно благодаря критериям точности, симметрии и завершённости. [5]

Практический перенос в школьную геометрию и математику описывается в прикладных показателях: ребёнок точнее удерживает форму и условие задания, увереннее работает с симметрией и преобразованиями (сгиб, поворот, совмещение), легче читает схемы и развёртки. С учётом данных о пространственном тренинге допустимо говорить о пропедевтическом эффекте: конструирование создаёт опыт, на который затем «салятся» школьные понятия и учебные действия. [4]

Для задач конференции существенна практическая применимость идеи: модель может быть встроена в подготовку будущих педагогов (начальное образование, технология, ИЗО) как культурно-деятельностный ресурс поддержки благополучия ребёнка в условиях цифровой нагрузки и как формат геометрической пропедевтики через дизайн-проектирование. Научная новизна статьи состоит в описании бумажного конструирования как соединения эстетического основания (переживание гармонии и завершённости) и регуляторного основания (управляемость действия, самоконтроль, коррекция), описанных через наблюдаемые показатели. [1] А именно, геометрическая

точность изделия: совпадение деталей, ровность линий сгиба, точность реза, сохранение пропорций; симметрия: есть/нет оси симметрии, перекосы, “зеркальные” ошибки, неравенство парных элементов; работа по развертке/схеме: правильность чтения схемы, соотнесение “плана” и объёма, ошибки расположения элементов, пропуски; модульность: способность повторять одинаковые элементы без “расползания” размера/формы; удержание стандарта.; устойчивость формы: держит ли форму, прочность соединений, точность сборки, способность доработать “чтобы стояло/держалось”; культура труда (наблюдаемо): аккуратность операций, чистота соединений, бережное отношение к материалу, завершенность; самопроверка по критериям качества: сверка “как в образце”; исправление дефекта; доведение до эстетически и конструктивно завершенного результата.

Таблица 1 – Конструирование из бумаги как проектирование: этапы работы, геометрические характеристики формы и регуляторные действия ребёнка

Этап работы	Геометрические характеристики/операции	Регуляторные действия ребёнка (наблюдаемые)
Анализ схемы/развёртки	Опознавание формы и частей; оси симметрии; модульность	Принятие задания; целеполагание; планирование последовательности
Подготовка деталей	Разметка; сгиб; совмещение граней/ребер; точность линий	Следование правилу; удержание инструкции; контроль точности; темп
Сборка и соединение	Соотнесение частей; устойчивость конструкции; сохранение симметрии	Пошаговость; мониторинг; коррекция ошибок; завершение промежуточных шагов
Финальная проверка	Сверка с образцом; контроль деформаций; согласование частей	Самопроверка; исправление; доведение до результата; оценка по критериям

Подводя итоги, отметим, что конструирование из бумаги выступает ресурсом психического благополучия через переживание порядка, гармонии и завершенности, то есть психологически значимой “упорядоченности” действия и результата; деятельность по разверткам и схемам является пропедевтикой геометрии и дизайна как проектирования (план - реализация - проверка - доработка) и задаёт наблюдаемые критерии качества формы и в условиях цифровой перегрузки ключевой эффект - не “антигаджет”, а возвращение опыта продуктивного проектного действия с самоконтролем; это и является

педагогически корректным основанием связи с устойчивостью и благополучием.

#### Список литературы

1. Савина Н. Г. A model for developing cognitive-regulatory mechanisms of activity through paper construction: Continuity of pedagogical approaches (2001–2025) [Preprint]. Zenodo, 2025. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17951861>
2. Stiglic N., Viner R. M. Effects of screentime on the health and well-being of children and adolescents: a systematic review of reviews. *BMJ Open*, 2019; 9:e023191. DOI: <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2018-023191>
3. Mendonça A. L. D., Nadler M. M., Crocetta T. B. et al. Cognitive development through origami: a systematic review. *Discover Psychology*, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1007/s44202-025-00450-4>
4. Uttal D. H., Meadow N. G., Tipton E. et al. The malleability of spatial skills: A meta-analysis of training studies. *Psychological Bulletin*, 2013; 139(2):352–402. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0028446>
5. Yu C., Li Y., Huang J. et al. Meta-analysis of design thinking and its impact on education. *Humanities and Social Sciences Communications*, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03237-5>

# **ИГРОВАЯ ТЕРАПИЯ: ВЛИЯНИЕ ДИЗАЙНА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ ИГР**

**Туйсина Д.М., канд. искусствоведения**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Оренбургский государственный университет»**

Игровая терапия развивается и остается важным инструментом в психотерапевтической практике. Научные исследования подчеркивают её эффективность и значимость при работе специалистов как с детьми, так и со взрослыми людьми [1-6]. В рамках данного исследования игровая терапия рассматривается для детей с ОВЗ, а настольные игры являются лишь частью реабилитационного процесса. Сам термин «игровая терапия» появился и внедрён в прошлом столетии (зарубежные специалисты: З. Фрейд, М. Кляйн, А. Фрейд, Д. Леви, Д. Тафт, Ф. Аллен, В. Экслейн, М. Левенфельд; отечественные специалисты: Д. Б. Эльконин, А. И. Захаров), а техники игровой терапии (недирективная игра, директивная игра, символическая игра, ролевые игры, игры с песком, арт-материалами, музыкой [7]) позволяют ребенку выразить свои переживания через игру. В данном контексте «игра» воспринимается как наиболее доступный вариант взаимодействия для детей с ОВЗ. По этому поводу американский игровой терапевт Гарри Лэндрет пишет в своем труде: «В соответствии с определением игры, игровая терапия определяется как динамическая система межличностных отношений между ребенком и терапевтом, обученным процедурам игровой терапии, который обеспечивает ребенка игровым материалом и облегчает построение безопасных отношений для того, чтобы ребенок мог наиболее полно выразить и исследовать собственное Я (чувства, мысли, переживания и поступки) с помощью игры – естественного для ребенка средства коммуникации» [8, с. 19].

Таким образом, следует отметить, что игра для ребенка создает безопасное пространство для выражения эмоций и развитию социальных навыков. Игровой процесс и игровые элементы позволяют активизировать моторику, навыки коммуникации, стимулирование творческого мышления, уровень саморегуляции. В частности, настольные игры показывают свою эффективность в реабилитации благодаря своей способности вовлекать ребенка, создавать социальные связи и улучшать мотивацию. В рамках изучения данного вопроса акцентным фактором рассматривается влияние дизайна при проектировании реабилитационных настольных игр. По опыту работы студенческого конструкторского бюро «Лаборатории прототипирования игровых технологий» Оренбургского государственного университета [9] стоит отметить, что любой проект настольной реабилитационной игры является продуктом командной работы специалистов, которые подключались к процессу проектирования: психолог помогает определить эмоциональные потребности целевой аудитории; логопед

комбинирует задания, способствующими развитию речи и коммуникативных навыков, что особенно важно для детей с нарушениями речи; медицинский работник дает советы по медицинским аспектам игр и подходам к реабилитации; педагог помогает создать игровой процесс, который будет как развлекательным, так и обучающим, подходящим для определенных возрастных групп.

Подобное междисциплинарное сотрудничество позволяет создавать настольные игры, которые не только интересны самим детям, но и действительно полезны для реабилитации, а также повышают вовлеченность студентов в процесс проектирования. При проектировании конструкции макетов и визуального оформления настольных игр студентами учитываются пожелания специалистов, поэтому представленный комплексный подход к дизайну настольных игр позволяет учесть потребности игроков и основную цель реабилитации.

Таким образом, из опыта работы СКБ можно утверждать, что цель дизайнера при проектировании настольных игр для реабилитации заключается в создании игры (игровых элементов) с игровыми механиками, которые способствуют восстановлению физических и когнитивных функций у детей. Для достижения поставленной цели дизайнеру необходимо решать ряд ключевых задач:

- улучшение моторики: игры должны развивать мелкую моторику, координацию движений и точность;

- умственное развитие: настольные игры должны помогать в улучшении внимания, памяти и мышления. Это может быть достигнуто через задачи, требующие логического мышления, стратегии и принятия решений;

- социальное взаимодействие: игра должна поощрять взаимодействие между игроками, что способствует социальным навыкам и коммуникации. Это особенно важно для людей, проходящих реабилитацию, так как поддержка со стороны других может играть значимую роль в процессе восстановления;

- мотивация и удовольствие: важно, чтобы игры были увлекательными, что поможет детям сохранять мотивацию к продолжению реабилитации. Элементы соревновательности и достижения целей могут быть эффективными стимуляторами;

- адаптивность: настольные игры должны быть гибкими и легко адаптируемыми под различные уровни способности игроков, что позволит создать инклюзивную среду.

Одним из первых факторов, на который акцентируют внимание специалисты (психологи, медики, педагоги) при разработке реабилитационных игр, является психологический аспект. Дизайнеры должны иметь представление о том, как различные элементы игры (визуальный стиль, история, механика) могут влиять на эмоциональное состояние игрока. Например, использование ярких цветов и узнаваемой графики может создать позитивное впечатление у ребенка, а создание увлекательного сюжета поможет

игроку сосредоточиться на игре. Это важно для снижения уровня стресса и тревожности, которые часто сопровождают процесс реабилитации.

Дизайн настольной игры также должен быть ориентирован на интерактивность. Вовлечение игроков через совместное участие и взаимодействие друг с другом может усилить эффекты терапии. Игры, которые требуют командной работы или сотрудничества, помогают развивать социальные навыки и возвращают чувство принадлежности, что критически важно в процессе реабилитации.

Кроме того, дизайнеры должны стремиться к созданию игровой механики, которая будет понята всеми участниками независимо от их уровня подготовки. Простота правил и доступность игры позволяют игрокам сосредоточиться на задачах реабилитации, не отвлекаясь на сложные игровые механики. Так как реабилитация – это индивидуальный процесс, то и дизайн игр должен учитывать различные уровни физической и психологической готовности. Важно включить модульность в игру, позволяя адаптировать её под индивидуальные нужды каждого игрока. К примеру, можно предложить разные уровни сложности или альтернативные задачи, чтобы обеспечить необходимую стимуляцию и поддержку. Когда ребенок видит, что игра учитывает его способности и потребности, то повышается уровень мотивации и уверенности в себе.

Эффективный дизайн реабилитационной настольной игры должен предусматривать возможность обратной связи и отслеживания прогресса. Это может быть реализовано через систему баллов, наград или визуальных индикаторов достижений. Дети должны видеть, как их навыки развиваются, что помогает поддерживать их интерес и внимание во время реабилитации. Кроме того, регулярная оценка прогресса позволяет специалистам по реабилитации корректировать программы на основе результатов игры, делая процесс еще более эффективным.

Следовательно, влияние дизайна на эффективность реабилитационных настольных игр нельзя недооценивать. Хорошо продуманный дизайн учитывает психологические аспекты, вовлекает игроков, предлагает индивидуализированный подход и обеспечивает обратную связь. Все эти факторы вместе создают мощный инструмент, способствующий реабилитации. Игровая терапия имеет огромный потенциал, а задача дизайнеров – максимально раскрыть его для блага всех участников процесса. Для наглядности, рассмотрим настольную игру «КЛЁВые!», выполненную Сас Варварой (рук. Туйсина Д.М.) по запросу АНО «Центр развития детей с ограниченными возможностями здоровья «Солнечный круг» в Оренбурге – игра сочетает в себе работу моторики (ловлю рыбок) с решением умственных задач (сортировкой, подсчетом, распознаванием образов). Игра развивает координацию и мелкую моторику, помогает детям обучаться в игровой форме навыкам счета, коммуникации между игроками, социализации в условиях соревновательного игрового процесса, командной работы.

Игра имеет разные уровни в зависимости от возраста игроков:

Базовый уровень: 3-4 года (простые задания на цвет и количество).  
Средний уровень: 4-5 лет (добавляются формы и простые последовательности).  
Продвинутый уровень: 5-7 лет (счет, сложные условия, логические задачи).  
Игра растет вместе с ребенком, что делает ее актуальной на протяжении нескольких лет.

Состав игры представлен на рисунке 1:

- «Океан». Коробка-трансформер (30x30 см), которая раскладывается и становится игровым полем-океаном с углублениями для рыбок.

- Магнитные рыбки 10 см (не менее 40-50 шт.). Рыбки четырех основных цветов (красный, синий, желтый, зеленый) и трех форм (рыбка, краб, осьминог).

- Удочки (2-4 шт.) с магнитной «леской».

- Мешочки-сетки (2-4 шт.). Персональные мешочки для каждого игрока, куда они помещают пойманную добычу.

- Карточки заданий 12x7 см (3 колоды разного уровня сложности.: Колода 1 (Уровень «Малыш»). Простые карточки. Крупные изображения 1-3 рыбок определенного цвета. Колода 2 (Уровень «Морячок»). Средняя сложность. Задания на комбинацию: «поймать 2 красные рыбки и 1 краба», «поймать всех синих рыб», «поймать 3 рыбки, но не желтого цвета». Колода 3 (Уровень «Капитан»). Высокая сложность. Задания с цифрами и простыми арифметическими действиями: «поймать столько рыбок, чтобы всего у тебя стало 5», «поймать последовательность: рыбка, осьминог, акула». Специальные карты («Сюрприз»). Карты, которые вносят элемент случайности: «Волна! Все пропускают ход», «Удача! Можешь взять одну рыбку руками», «Кит съел рыбу! Верни одну рыбку в океан».

- Дополнительные штыри для усложнения игрового процесса.

- Нити-«водоросли».



Рисунок 1 – Студенческий проект «КЛЁВЫЕ». Упаковка с игровыми элементами. Выполнила В.С. Сас, руководитель Д.М. Туйсина

Настольная игра имеет несколько вариантов игровой механики, так как один из основных запросов медицинского персонала, чтобы игровой процесс был «в нескольких режимах». Базовый вариант игры (для самых маленьких):

1. Все рыбки высыпаются в «океан». Каждый игрок получает удочку и свое поле-«аквариум».

2. Колода карт «Малыш» кладется рубашкой вверх.

3. Игроки по очереди берут одну карточку из колоды.

4. Задача игрока — посмотреть на карточку и, не касаясь рыбок руками, выловить удочкой указанное количество рыбок указанного цвета.

5. Если задание выполнено, игрок кладет карточку перед собой как доказательство и помещает рыбок в свою «рыболовную сеть».

6. Если не получилось, карточка уходит в сброс, а ход переходит следующему игроку.

7. Игра продолжается, пока не закончатся карточки или рыбки. Побеждает тот, у кого больше всего рыбок.

Усложненные варианты:

• Режим «Сортировка». Игроки берут карточки из колоды «Морячок». Теперь важно не только поймать, но и правильно разместить улов в своем аквариуме, который разделен на секции (по цвету, по форме).

• Режим «Математик». Используется колода «Капитан». Игроки выполняют более сложные арифметические задания.

• Режим «Тактик». В игру добавляются карты «Сюрприз».

• Режим на скорость. Переворачивается одна карта на всех. Игроки одновременно пытаются поймать нужных рыбок. Кто первый выполнил задание и положил карточку перед собой, тот забирает победу.

Для того, чтобы была вариативность игрового процесса игровое поле имеет разные варианты расположения «водорослей», которые мешают (усложняют) игрокам вытащить рыбку. Сборка и взаимодействие с игровым полем представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Студенческий проект «КЛЁВые». Игровое поле и вариации расположения нитей для выбранного режима игры. Выполнила В.С. Сас, руководитель Д.М. Туйсина

Игровое поле (штыри и нити) решает основные запросы специалистов и показывает существующие проблемы игровых элементов настольных игр:

1. Проблема поддержания долгосрочного интереса ребенка к игре. Необходимость вариативности и многоуровневости заданий, возможности трансформирования игрового поля.

2. Проблема актуальности игры в течение нескольких лет. Необходимость создания заданий для детей нескольких возрастных групп и создания возможности «роста игры вместе с ребенком».

3. Проблема долгосрочной мотивации. Необходимость создания четких условий победы.

4. Проблема создания эмоциональной связи между ребенком и игрой. Необходимость «погружения» ребенка в какую-либо сюжетную историю и создания условий ролевой игры.

5. Проблема понимания связей в игре между действием и результатом. Необходимость создания интуитивно понятных игровых правил, карточек с заданиями и подсказок.

Практическая реализация макетной части реабилитационной игры в материалах позволяет выделить основные критерии эффективного дизайна, которые необходимо учитывать при проектировании. Перечень представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Критерии эффективного дизайна настольных реабилитационных игр

	<b>Критерий дизайна</b>	<b>Описание</b>
	Целевое назначение	Игра должна быть нацелена на конкретные цели реабилитации, такие как улучшение когнитивных функций, развитие моторики, повышение социальной активности или эмоциональной стабильности
	Возрастное разнообразие	Игра должна быть интересной для разных возрастных групп. Важно найти баланс между сложностью и доступностью материалов и правил. Если есть ограничения по возрасту, то это должно учитываться игровой механикой и игровыми элементами
	Индивидуализация	Должны учитываться потребности и ограничения каждой целевой группы
	Игровая механика	Необходимо выбрать нужную игровую механику, которая будет помогать развивать навыки у ребенка. Важно правильно выбрать время на игровой процесс с учетом целей реабилитации
	Интуитивно понятный интерфейс	Правила игры должны быть простыми и легкими для восприятия. Это поможет игрокам быстро включиться в процесс и уменьшит уровень стресса. Должны быть четкие цели у игрового процесса

	Социальное взаимодействие	Включение элементов социального взаимодействия может повысить мотивацию и способствовать групповому лечению и поддержке. Игры, которые требуют сотрудничества или командной работы, могут быть очень полезными
	Мотивация и призы	Обеспечение системы наград или поощрений может усилить заинтересованность игроков и побудить их продолжать заниматься реабилитацией
	Эргономичность	Все материалы и компоненты игры должны быть безопасны и не представлять угрозы для здоровья детей (например, отсутствие мелких деталей или токсичных веществ).
	Измеримость результатов	Дизайнеры должны предусмотреть возможность отслеживания прогресса игроков, что позволит оценить эффективность игры в процессе реабилитации.
	Визуальная привлекательность	Эстетика игры также имеет значение – яркие цвета и стиль могут сделать игру более привлекательной и помочь создать положительное впечатление. Необходимо создавать эстетически гармоничный дизайн настольной игры: - единое цветовое решение, - читабельное шрифтовое оформление, - выбор графического оформления (иллюстративного материала)
0	Макетная часть игры	Все элементы настольной игры должны быть выполнены в единой стилистике: - упаковка: конструкция упаковки должна быть удобной в использовании - игровое поле (при наличии) - игровые элементы и инструкция - система мотивации (баллы, призы)
1	Обратная связь	Регулярное получение отзывов от пользователей и специалистов поможет улучшить игру и сделать её более эффективной для реабилитации

Стоит учитывать проблемы при реабилитации, которые вызывают настольные игры у детей с ОВЗ:

- переутомление: когда ребенок старается быстрее завершить игру, получить приз или выполнить задания через преодоление своих сил,

- негативные эмоции при неудачах: если сразу не получается выполнить задание в игровом процессе,

- монотонность или невариативность: когда игровой процесс настольной игры однообразный и имеет короткое/слишком длинное время прохождения.

В ходе проектирования настольных игр для реабилитации и общения со специалистами, были выявлены сложности, которые необходимо учитывать и влияют на дизайн продукции:

1. Индивидуальные потребности игроков. Каждому игроку может потребоваться индивидуальный подход в зависимости от его физических, эмоциональных и когнитивных особенностей. Это требует глубокого

понимания различных состояний и дисфункций, а также разработки механик, способных адаптироваться к разным нуждам.

2. Сложность балансировки игры. Игры должны быть достаточно простыми, чтобы игроки могли разобраться с правилами, но в то же время достаточно интересными для поддержания вовлеченности. Нужна тщательная работа над балансом между вызовом и достижением успеха, чтобы не вызвать у игроков чувство фрустрации.

3. Сценарии взаимодействия. Настольные игры часто предполагают взаимодействие между игроками. При проектировании важно учитывать, как различные сценарии взаимодействия будут влиять на динамику группы и на терапевтический процесс.

4. Культурные и возрастные различия. Игры должны быть инклюзивными и учитывать культурные особенности, а также разные возрастные категории. Это может повлиять на выбор тематики, дизайна и сложностей игры.

5. Научные обоснования. Разработка реабилитационных игр требует наличия научных данных, подтверждающих их эффективность. Это включает в себя исследования в области психологии, физиотерапии и других смежных наук.

6. Материально-техническое обеспечение. Настольные игры должны быть износостойчивыми и безопасными в использовании. Необходимо выбирать материалы, которые легко дезинфицировать и которые не представляют опасности для здоровья игроков.

7. Учет границ игры. Важно определить, где заканчивается игра как форма развлечения и начинается реабилитационный процесс. Нужно достичь ясного понимания, как игровые механики могут помочь в процессе реабилитации и каким образом их следует интегрировать.

В заключении стоит отметить, что эффективный дизайн реабилитационной настольной игры позволяет учитывать уровень пользователя, включает систему напоминаний отдыха от игры и предполагает адаптивный дизайн игровых элементов, что положительно отражается на процессе реабилитации.

#### Список литературы

1. Мандель Б. Р. Общая психокоррекция: учебное пособие / Б. Р. Мандель. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2022. — 349 с.

2. Шемякина, Л. А. Формирование игровой деятельности у детей с ограниченными возможностями здоровья / Л. А. Шемякина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 4 (138). — С. 398-401. — URL: <https://moluch.ru/archive/138/38646>.

3. Панышева Ю. С., Корякина О. А. Игротерапия как средство формирования коммуникативных компетенций детей с тяжелыми нарушениями речи // Проблемы педагогики. — 2019. — № 1 (40). — с. 51–53.

4. Позднякова, А. В. Игра как метод коррекционной деятельности с детьми с ОВЗ / А. В. Позднякова, М. В. Шевченко, А. С. Казакова, О. А.

Крапивкина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 17 (121). — С. 149-154. — URL: <https://moluch.ru/archive/121/33479>.

5. Кулешова, А. М. Влияние игровой терапии на детей с расстройствами аутистического спектра / А. М. Кулешова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2024. — № 50 (549). — С. 520-523. — URL: <https://moluch.ru/archive/549/120548>.

6. Сидорова, Л. П. Игротерапия как средство развития и воспитания детей с тяжелыми и множественными нарушениями развития / Л. П. Сидорова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 17 (412). — С. 320-321. — URL: <https://moluch.ru/archive/412/90733>.

7. Куликова Д. Р., Бушуева И. В. ТЕРАПИЯ ИГРОЙ // Вестник науки и образования. 2021. №15-1 (118). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/terapiya-igroyu> (дата обращения: 18.01.2026).

8. Лэндрет, Г. Л. Игровая терапия: искусство отношений: пер. с англ. / предисл. А. Я. Варга / Г. Л. Лэндрет. — М.: Международная педагогическая академия, 1994. — 368 с.

9. Туйсина, Д. М. Исследовательская работа СКБ "Лаборатория прототипирования игровых технологий" [Электронный ресурс] / Д. М. Туйсина // Дизайн-образование: преемственность и динамика : материалы Всерос. науч.-практ. конф., Оренбург, 13 окт. 2023 г. / ред. О. П. Тарасова, О. Б. Чепурова. - Оренбург : ОГУ, 2023. - . - С. 108-115

# **ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА ДИЗАЙНЕРА – ТРЕНД ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ?**

**Цой В.В., Шакирова Э. К.**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

Стремительная цифровизация и рост ожиданий пользователей к качеству продуктов и услуг стали реальностью современного мира. В сложившихся условиях креативность перестает быть исключительно личностным качеством или художественным даром - она трансформируется в критически важный системный навык, который можно и нужно формировать. Для дизайнера сегодня недостаточно обладать комплексом творческих качеств и навыками владения инструментарием, сегодняшние реалии требуют от него умение выявлять скрытые потребности целевой аудитории, работать с проблемами разных областей и быстро адаптировать решения, именно в этом контексте принципы дизайн-мышления выходят на первый план.

Возникнув в профессиональной среде, дизайн-мышление эволюционировало в универсальный подход к инновациям, применяемый в социальной сфере, государственном управлении, в образовании. Дизайн-мышление предлагает не просто набор техник, а целостную философию, ориентированную на человека и опирающуюся на глубокое понимание, что интеграция принципов дизайн-мышления в развитии креативного потенциала дизайнеров является не модным веянием, а насущной необходимостью, отвечающей на системные вызовы образования и рынка труда, и профессионального роста.

Дизайн-мышление, как подход к установлению проблем и разработка инновационных решений, которое основывается на глубоком понимании потребностей пользователей и их опыта, а его принципы являются фундаментальными установками, пронизывающими весь процесс. Данные принципы можно сгруппировать в пять ключевых блоков:

Антропоцентризм. Его суть заключается в том, что человек является абсолютной ценностью. Решение проблемы должно следовать из его потребностей, а не из технологических возможностей. Методология опирается на качественные исследования, заимствованные из социальных наук. Э. Гуссерль призывал к непосредственному опыту - «возвращению к самим вещам» [1]. В дизайн-мышлении это значит погружение в контекст жизни пользователя без заранее заданных гипотез. Потребность рассматривается не как абстракция, а как движущая сила деятельности. Задача дизайнера — понять не просто «что делает человек», а «ради чего он это делает», какую высшую цель он преследует через конкретные действия. Принцип противостоит идее, что «технология сама создает спрос». Напротив, успешные технологии

становятся таковыми, потому что точно попадают в скрытую социальную или эмоциональную потребность.

Интеративность и нелинейность. Обучение циклично, оно состоит из повторяющихся фаз (эмпатия, фокусировка, генерация, прототипирование, тестирование), между которыми возможны возвраты и скачки. Каждая итерация приближает к решению через пробу и устранение ошибок - цикл Колба [2]. Дизайн-мышление — это воплощение цикла от конкретного опыта к активному экспериментированию. Так, прототип — это эксперимент, тестирование — получение конкретного опыта, а анализ фидбека и доработка — новая концептуализация. В данном принципе неудача не провал, а источник данных, как утверждал Карл Поппер, научное знание прогрессирует через фальсификацию неверных гипотез [3]. Познание — это цикл, в котором первоначальные идеи направляют исследование среды, а полученная информация модифицирует исходные схемы. Процесс никогда не начинается с чистого листа.

Междисциплинарное сотрудничество. Сложные проблемы не имеют ведомственной принадлежности. Их эффективное решение требует объединения разнообразных перспектив и знаний. Любая сложная проблема— это система взаимосвязанных элементов. Понимание системы требует взгляда с разных точек: технической, социальной или экономической. Узкий специалист видит только свой элемент, а междисциплинарная команда стремится увидеть связи и рычаги влияния.

Знание социально обусловлено и зависит от позиции наблюдателя. Инженер, маркетолог или антрополог видят одну и ту же ситуацию по-разному. Конструктивный диалог этих «перспектив» рождает более полное и инновационное понимание. Каждый участник команды обладает навыками глубокой экспертизой в своей области и способностью к взаимодействию с другими областями, эмпатии и общему языку.

Визуализация и материализация идей. Мыслить лучше не в абстракциях, а через создание новых объектов, так как ранняя материализация идеи позволяет быстрее выявить ее слабые места, донести мысль до команды и получить содержательную обратную связь. Знаковое посредничество является инструментом мышления. Выводя идею «наружу», в материальную или визуальную форму, мы начинаем с ней работать как с внешним объектом, что радикально усиливает когнитивные возможности. Кроме того, познание не ограничено только мозговой деятельностью, а наоборот вовлекает человека во взаимодействие с физическим миром. Манипулирование физическим прототипом задействует иные нейронные цепи и может привести к инсайтам, недоступным при исключительно умственном моделировании. Следует отметить, что с психологической точки зрения критиковать первоначальную задумку проще, чем визуальный и материально выраженный прототип. Это способствует устранению критических и необоснованных изменений в проекте.

Конструктивная ориентация. Вместо долгих дискуссий о возможностях и рисках, дизайн-мышление поощряет быстрое действие и проверку в поле.

Культура прагматизма Чарльза Пирса, Уильяма Джеймса и Джона Дьюи заключается в том, что истинность идеи определяется не в ее внутренней согласованности, а ее практическими последствиями и полезностью [4, 5, 6]. Дизайн-мышление является прикладным инструментом: ценность идеи проверяется в действии — суть проблемы можно выявить через практическое действие. Не нужно ждать идеального решения. Достаточно создать прототип, который позволит узнать что-то новое о проблеме или пользователе. Также в основе лежит то, что способности можно развивать через обучение на ошибках. Неудачный прототип не становится доказательством не личной несостоятельности, а ценный шаг в процессе развития проекта.

Влияние принципов дизайн-мышления на развитие креативного потенциала дизайнера носит системный характер, затрагивая когнитивные и процессуальные аспекты этой деятельности.

Во-первых, катализатором настоящей творческой свободы становится именно жесткая структура (эмпатия — фокусировка — генерация идей — прототипирование — тестирование). Страх «чистого листа» является главной проблемой креативности. Дизайн-мышление дает четкий первый шаг, что помогает снять когнитивную нагрузку, направляя энергию на исследовательский интерес. Креативный потенциал проявляется не в создании идеального объекта с первого раза, а в способности извлекать решение проблемы из «неудач» и делать следующий итеративный шаг более осмысленным.

Во-вторых, креативность перестает быть выражением внутреннего мира дизайнера и становится ответом на внешние, часто невыраженные потребности людей. Задача разработать красивый, эстетический объект трансформируется в создание решения реальной проблемы человека. Это развивает наблюдательность и умение слушать. Кроме того, эмпатия добавляет в творческий процесс вопросы о долгосрочных последствиях своих решений, о психологическом воздействии. Креативность обогащается ответственностью, а решения — глубиной и устойчивостью.

В-третьих, дизайн-мышление учит создавать быстрое воплощение идеи. Это ускоряет ее эволюцию. Креативный потенциал дизайнера проявляется в способности оптимизировать коллективное творчество, извлекать и синтезировать общие идеи. Также развивается адаптивность и находчивость, что заставляет мышление быть гибким и отзывчивым к материальным условиям.

В-четвертых, дизайн-мышление требует работы в разнородных командах с профильными специалистами. Это является мощным катализатором для креативного роста. Работая рядом с инженером, бизнес-аналитиком, маркетологом, технологом, дизайнер находит прямой путь к прорывным решениям, которые лежат на стыке областей, в дополнение — креативность обогащается чужими ментальными моделями. Дизайнер учится воспринимать конструктивную критику из разных профессиональных сфер как источник данных для следующей итерации.

В условиях цифровой эпохи, где ценность дизайн-проекта выявляется через решение комплексных человеко-ориентированных проблем, дизайн-мышление формирует новый путь развития креативности, дизайн-мышление не просто предоставляет инструментарий; оно создает более гибкое, эмпатичное мышление, которое устойчиво к неопределенности и нацелено на практическое воплощение идей. Оно трансформирует креативный потенциал дизайнера из творчества, зависящего от вдохновения, в навык, который можно развивать системно и целенаправленно.

Следовательно, включение принципов дизайн-мышления в систему профессиональной подготовки дизайнеров — это стратегическая необходимость. Это становится ответом на вызовы рынка, требующего не просто исполнителей, а инноваторов, способных через глубокое понимание человека создать значимые и полезные продукты с помощью быстрых экспериментов и командную синергию. Будущее дизайна принадлежит не тем, кто лишь владеет инструментами визуализации, а тем, кто в совершенстве овладел мышлением, которое ставит проблемы человека в центр процесса созидания.

#### Список литературы

1. Гуссерль, Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии/Э. Гуссерль – М.: Академический проект, 2021. — 231 с.
2. Колб, Д. А. Экспериментальное обучение: Опыт как источник обучения и развития/Д. А. Колб. – М.: Эксмо, 2020. — 256 с.
3. Шён, Д. Рефлексивный практик: как профессионалы мыслят в действии/Д. Шен. – М.: Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2020. — 384 с.
4. Браун, Т. Дизайн-мышление в бизнесе: от разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей/. Т. Браун. – М.: Альпина Паблишер, 2019. — 264 с.
5. Дьюи, Дж. Как мы мыслим/Дж. Дьюи. – М.: ЛКИ, 2011. — 102 с.
6. Норман, Д. Дизайн привычных вещей/Д. Норман. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. — 384 с.
7. Кросс, Н. Дизайн-мышление: как способ мышления современных дизайнеров помогает в решении сложных проблем/Н. Кросс. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. — 192 с.
8. Дорст, К. Инновации рамок: Создавайте новое мышление через дизайн/К. Дорст. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2018. — 289 с.
9. Джеймс, У. Прагматизм: новое название для некоторых старых методов мышления/У. Джеймс. – М.: ЛКИ, 2011. — 240 с.
10. Келли, Т., Келли, Д. Творческая уверенность: как высвободить и реализовать свои творческие силы/Т. Келли, Д. Келли. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 288 с.
11. Мартин, Р. Дизайн бизнеса: почему дизайн-мышление — следующее конкурентное преимущество/ Р. Мартин. – М.: Альпина Паблишер, 2017. — 208 с.

## **АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ДИЗАЙНА ПРЕДМЕТНО ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ ПРИГОРОДНЫХ КОТТЕДЖЕЙ**

**Чепурова О.Б., канд. искусствоведения, доцент, Безмогорычная П.Н.  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

Дизайн интерьера загородного коттеджа — это искусство создания пространства, которое не только отражает индивидуальность владельца, но и гармонично вписывается в окружающую природу. В условиях растущей урбанизации и стремления к комфорту и уединению, загородные дома становятся не только местом для проживания, но и пространством для отдыха и самовыражения. «Основной смысл дизайна жилого интерьера заключается в создании условий для удобного и комфортного пребывания человека в высококачественной, эстетически выразительной предметно-пространственной среде, окружающей его в повседневности. Изменения, произошедшие в России за последние десятилетия, вызвали рост социальных потребностей населения страны. На сегодняшний день в РФ наблюдается процесс формирования нового типа жилого интерьера» [1]. В данной статье рассматриваются актуальные тенденции в дизайне интерьерной и экстерьерной среды пригородных коттеджей, а также их влияние на качество жизни и эстетическое восприятие.

Одной из ключевых тенденций в дизайне среды загородных коттеджей является стремление к экологичности и интеграции с природой. Это проявляется в использовании натуральных материалов, таких как дерево, камень, металл и стекло, а также в создании зеленых крыш и вертикальных садов. Такие решения не только улучшают микроклимат внутри дома, но и способствуют созданию гармоничной и уютной атмосферы. Использование натуральных материалов создает ощущение долговечности и стабильности окружающей среды, которые могут выдерживать любые погодные условия, сохраняя при этом свою эстетику. Эти материалы придают интерьеру естественность, тепло, способствуют созданию экологически чистого и устойчивого пространства.

Современные тренды в сочетании экологичности и эмоционального минимализма продолжают оставаться популярным направлением в дизайне интерьеров. «Речь идет о создании пространств, которые являются преднамеренными, привлекательными и свободными от чрезмерного беспорядка», - добавляет Эмили Браун, главный дизайнер и основатель Southwest Studio Emily Lauren Interiors» [2]. Простота форм с добавлением деталей позволяют создать пространство, которое не перегружает психику и способствует расслаблению. В то же время, акцент на функциональность с индивидуальностью делает интерьеры, ориентированными на личностные предпочтения и практичными. В интерьерах акцент делается на качество материалов и внимание к деталям, что позволяет создать элегантный и

современный стиль. Приобретает популярность в интерьерном дизайне «эмоциональный минимализм», который допускают сочетать с элементами различных стилей, таких как скандинавский или японский, что добавляет интерьеру уникальность и индивидуальность. В результате получается пространство, которое не только функционально, но и творчески привлекательно, что делает его персональным с учетом предпочтений каждого потребителя [3]. В 2025 году нарастает тенденция к индивидуализации интерьеров. Владельцы загородных домов стремятся создавать уникальные пространства, отражающие их личные предпочтения и стиль жизни. Это проявляется в разбавлении популярного стиля «минимализм» предметами искусства, декоративными элементами и нестандартными решениями в планировке и отделке. Индивидуализация интерьеров позволяет не только улучшить эмоциональный фон пространства, но и подчеркнуть уникальность и стиль его обитателей. Использование уникальных предметов искусства и декоративных элементов позволяет обогатить минималистичные интерьеры и найти индивидуальный стиль владельцев, что позволяет создавать пространство, которое полностью соответствует потребностям и вкусам владельца, включая в интерьеры нестандартные материалы, а также уникальные предметы мебели и декора. Индивидуализация также может проявляться в выборе цветовой гаммы и текстур, которые отражают личные предпочтения владельца. Например, кто-то может предпочесть теплые и уютные тона, в то время как другой выберет более яркие и смелые цвета. В любом случае, индивидуальный подход к дизайну интерьера позволяет создать пространство, которое будет не только функциональным, но и эмоционально насыщенным, отражая личность и стиль жизни владельца.

Большие окна и раздвижные двери обеспечивают максимальное количество естественного света и открывают вид на окружающий ландшафт. Внутренние пространства плавно переходят во внешние — террасы и балконы становятся продолжением жилых зон. Это создает ощущение единства с природой и способствует созданию комфортной и расслабляющей атмосферы. Использование панорамного остекления и раздвижных дверей позволяет создать плавный переход между внутренним и внешним пространством. Это особенно важно для тех, кто стремится к жизни в гармонии с окружающей средой. Большие окна не только обеспечивают достаточное количество света, но и позволяют наслаждаться видами на природу, что создает чувство простора и свободы. Кроме того, раздвижные двери позволяют легко соединять внутренние и внешние пространства и делает их идеальными для проведения времени на свежем воздухе. В результате, такие решения не только улучшают эстетику интерьера, но и способствуют созданию более здорового и комфортного образа жизни.

Повышение функциональных качеств жилого пространства может быть за счет интеграции умных технологий в дизайн интерьерной и экстерьерной среды, и такие технологии становятся все более распространенной. Системы управления освещением, отоплением и безопасностью позволяют создать

комфортное и надежное пространство. Умные системы также помогают экономить ресурсы и время, что особенно важно в условиях современного ритма жизни. Системы автоматизации, такие как умные колонки и датчики движения, системы сбора дождевой воды для полива растений и других бытовых нужд, интеллектуальные мусорные контейнеры, увлажнители и очистители воздуха, датчики протечки воды, способствующие экономии воды и снижению нагрузки на водные ресурсы, позволяют управлять освещением и климатом в доме, создавая комфортную, безопасную и энергоэффективную среду. Умные дома становятся все более популярными, так как они предлагают множество возможностей для повышения комфорта и безопасности. Например, системы умного освещения могут автоматически регулировать яркость в зависимости от времени суток и уровня естественного света, что помогает создать уютную атмосферу и снизить потребление электроэнергии. Кроме того, умные системы безопасности, такие как камеры видеонаблюдения и датчики движения, обеспечивают защиту от несанкционированного доступа и помогают предотвратить кражи и другие преступления. В результате, современные инженерные решения и умные технологии становятся неотъемлемой частью дизайна интерьера, делая дом не только красивым, а жизнь более комфортной, безопасной и экологически устойчивой.

Один из приемов индивидуализации средового пространства жилых коттеджей - использование модульной мебели и трансформируемых элементов позволяет оптимально использовать пространство, особенно в небольших коттеджах. Модульная мебель и трансформируемые пространства позволяют адаптировать интерьер под текущие потребности, создавая гибкие и многофункциональные зоны. Этот подход особенно актуален в условиях ограниченного пространства, где каждый квадратный метр должен быть использован с максимальной эффективностью. Многофункциональные зоны позволяют объединять несколько функций в одном пространстве, что делает его более универсальным и удобным. Например, в гостиной можно создать зону для отдыха, работы и развлечений, используя модульную мебель и трансформируемые элементы. Это позволяет легко менять конфигурацию пространства в зависимости от текущих потребностей. В частных садах также можно установить складные или мобильные элементы, такие как столы и стулья, которые можно легко перемещать и адаптировать под различные нужды.

Многофункциональные зоны, эффективно используя пространство, создают удобные условия для различных видов работы, досуга и отдыха в результате, многофункциональные зоны становятся идеальным решением для тех, кто хочет максимально эффективно использовать пространство и наслаждаться комфортом и удобством. Использование натуральных материалов, таких как дерево и камень, придает мебели естественность и тепло. Модульная мебель и трансформируемые элементы становятся все более популярными, так как они позволяют адаптировать интерьер под различные нужды. Использование предметов искусства и/или декоративных элементов

позволяет создать интерьеры, которые отражают индивидуальность и стиль владельцев. В дизайне мебели также наблюдается тенденция к использованию экологически чистых материалов и устойчивых решений, что способствует сохранению природных ресурсов. Минималистичные формы и отсутствие лишних деталей создают ощущение простора и свободы, а модульная мебель и трансформируемые элементы легко меняют конфигурацию пространства в зависимости от текущих потребностей.

Создание пространств, доступных для всех, становится важным аспектом благоустройства. В частных садах и на участках пандусы, удобные пешеходные дорожки, тактильные плитки и безопасные зоны для детей и пожилых людей делают жилую среду более комфортной. Это позволяет всем членам семьи наслаждаться природой и проводить время на свежем воздухе. В результате, создание безбарьерной среды становится важным шагом на пути к созданию более инклюзивного и комфортного средового пространства [4]. Благоустройство частных участков становится все более важным в условиях растущей урбанизации и стремления к жизни в гармонии с природой. Использование натуральных материалов, таких как дерево, металл и камень, минимализм и отказ от строгих геометрических форм создают гармоничные и естественные ландшафтные пространства. Высокие травы, дикие цветники и экосады становятся популярными, так как они создают естественный вид и способствуют сохранению биоразнообразия.

В современных проектах все чаще используются технологии, которые позволяют интегрировать зеленые элементы в средовое пространство, такие как системы автоматического полива и управления освещением, что делает уход за зелеными насаждениями и проживание более удобным и эффективным. Вертикальное озеленение фасадов и крыш становится популярным способом улучшения микроклимата и снижения температуры в жаркие месяцы. Кроме того, вертикальные сады и зеленые крыши не только украшают дом, но и служат дополнительным источником кислорода, улучшая качество воздуха внутри и снаружи здания. Таким образом, интеграция природы в ландшафтную и интерьерную среду становится не просто модным трендом, а необходимостью для создания здорового и комфортного пространства. В результате, благоустройство частных участков становится не просто украшением, а важным элементом жизни в гармонии с природой.

**Заключение:**

Актуальные тенденции в дизайне предметно-пространственной среды пригородных коттеджей отражают стремление к гармонии с природой, функциональности и индивидуальности. Таким образом, дизайн интерьерной и экстерьерной среды загородного коттеджа — это искусство, которое делает нашу жизнь лучше. Он помогает нам создавать красивые и функциональные объекты, которые улучшают наше окружение и делают нашу жизнь более комфортной. Применение эмоционального минимализма в дизайне интерьерной и экстерьерной среды становится более интересным при применении натуральных материалов, декоративных элементов, умных

технологий и естественной ландшафтной среды создают комфортные и эстетически привлекательные пространства, которые отвечают современным требованиям и предпочтениям. В будущем дизайн продолжит развиваться, предлагая новые решения и возможности для всех нас.

#### Список литературы

1. Терещенко Г.Ф. Традиции и новации в дизайне современного жилого интерьера [cyberleninka.ru/article/n/traditsii-i-novatsii-v-dizayne-sovremennogo-zhilogo-interiera](https://cyberleninka.ru/article/n/traditsii-i-novatsii-v-dizayne-sovremennogo-zhilogo-interiera).
2. Кит Фленган. A Guide to Minimalist Interior Design — The Pared-Back Aesthetic That’s More Than Just Leaving Blank Space. Последнее обновление 07.09.2024 г. <https://www.livingetc.com/features/minimalism-in-interior-design> (дата обращения 02.01.2026).
3. Смирнова М.А., Маслов М.М. Современные тенденции в проектировании интерьера квартир для творческих людей <https://obe.ru/journal/vypusk-2020-g-4-20-dekabr/smirnova-m-a-maslov-m-m-sovremennye-tendentsii-v-proektirovanii-interera-kvartir-dlya-tvorcheskih-lyudej> (дата обращения 29.12.2025).
4. СП 59.13330.2020 Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения. Актуализированная редакция СНиП 35-01-2001 — 2021 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://nko-expert.ru/assets/files/pdf/sp59-13330-2020.pdf> (дата обращения: 24. 12. 2025).

# **ИДЕНТИЧНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ГОСТИНИЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ СРЕДСТВАМИ ДИЗАЙНА ИНТЕРЬЕРА**

**Чепурова О.Б., канд. искусствоведения, доцент, Тараскина М.А.  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

В условиях насыщенного и высококонкурентного рынка индустрии гостеприимства гостиничный комплекс всё чаще рассматривается не только как функциональное пространство временного проживания, но и как инструмент формирования впечатлений и эмоционального опыта гостя. «Существует множество гостиниц, весь дизайн которых нацелен на то, чтобы произвести великолепное первое впечатление. Важность входа в отель возрастает так же, как и общение постояльцев между собой...» [1, с. 140]. Визуально-пространственная организация интерьера играет ключевую роль в формировании устойчивого образа объекта, влияя на восприятие бренда, уровень комфорта и степень запоминаемости гостиницы. «Дизайн может стать мощным инструментом маркетинга, являясь элементом бренда, стимулировать писать об отеле в соцсетях» [2]. В этой связи дизайн интерьера выступает важным средством формирования идентичности гостиничного комплекса в том числе и визитной карточкой региона .

Идентичность гостиничного пространства формируется через совокупность визуальных, пространственных и эмоциональных характеристик среды, включая цветовые решения, подбор материалов и фактур, организацию световой среды, композицию общественных зон и использование акцентных элементов. «Таким образом, фирменный стиль, является основой имиджа отеля, отражает идеологию компании и ее подход к бизнесу, а наличие фирменного стиля гарантирует высокое качество услуг, так как оно свидетельствует об уверенности его владельца в положительном впечатлении, которое он производит на потребителя». Авторы издания выделяют три вектора формирования фирменного стиля отелей: имиджевый, идентификационный, корпоративный. [3, с. 62].

Современный инновационный подход в проектировании гостиничных интерьеров заключается в создании целостной концепции, где каждый элемент фирменного стиля подчинён общей идее и работает на формирование единого образа гостиницы.

Современные исследования в области дизайна среды и индустрии гостеприимства подтверждают, что гости всё чаще выбирают отели, способные предложить уникальный пространственный опыт, выходящий за рамки стандартного набора услуг. Данная тенденция соотносится с концепцией «экономики впечатлений», согласно которой ценность услуги определяется не только её функциональными характеристиками, но и эмоциональным откликом пользователя [4, с. 124].

Практическая реализация инновационных подходов к формированию идентичности гостиничных комплексов прослеживается в ряде современных объектов. Специальное юбилейное издание The Design Hotels (tm) Book, посвященное 25-летию, представляет собой подробный взгляд на 25 отелей по всему миру, которые меняют наше отношение к гостеприимству. В течение четверти века Design Hotels (tm) отслеживал тенденции развития в сфере гостеприимства, отслеживая развитие крупнейших представителей независимых, ориентированных на дизайн отелей, которые функционируют как социальные центры и платформы для экстраординарного опыта. Аналитическая работа издания Design Hotels (tm) заключалась в организации поездок ведущих известных журналистов и фотографов по всему миру, чтобы запечатлеть уникальный опыт работы 25-ти самых популярных отелей. Отличительная особенность каждого отеля в содержательном их образе, богатом эмоциями и пропитанном историей, культурой и природой местной среды. Издание The Design Hotels (tm) Book представило в серию публикаций, описывающих 25-ти летний опыт оригинального гостиничного новаторского дизайна, представляющего подлинную местную культуру и предьявляющего вызов традиционным представлениям о роскоши [5]. Так, например, гостиница De L'Europe Amsterdam (рис. 1) демонстрирует пример интеграции историко-культурного контекста в интерьерное решение. Использование произведений искусства и дизайнерских элементов, отсылающих к художественным традициям Нидерландов, формирует ассоциативную идентичность гостиницы как пространства культурного опыта.

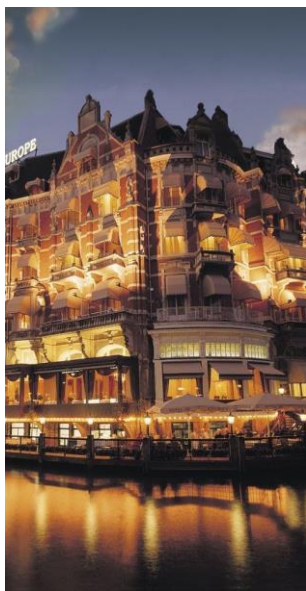


Рисунок 1. Фасад и интерьер гостиницы De L'Europe Amsterdam.

Инновационное сочетание современного минимализма и локального культурного контекста представлено в интерьере AC Hotel Portland Downtown. Применение натуральных материалов, декоративных фрагментов и функционально организованных общественных зон формирует поведенческую

идентичность пространства, ориентированную на социальное взаимодействие гостей и местных жителей.



Рисунок 2. Интерьер гостиницы AC Hotel Portland Downtown.  
[https://www.tripadvisor.ru/Hotel\\_Review-g52024-d12124883-Reviews-AC\\_Hotel\\_Portland\\_Downtown\\_OR-Portland\\_Oregon.html](https://www.tripadvisor.ru/Hotel_Review-g52024-d12124883-Reviews-AC_Hotel_Portland_Downtown_OR-Portland_Oregon.html)

Гостиничный комплекс Thompson Seattle в Вашингтоне демонстрирует подход к формированию идентичности через отражение географического и урбанистического контекста. Индустриальные материалы, панорамное остекление и визуальные связи с городской средой усиливают ощущение принадлежности к месту и способствуют формированию целостного образа гостиницы [6].



Рисунок 3. Интерьер гостиницы Thompson Seattle в Вашингтоне.  
<https://www.hyatt.com/thompson-hotels/en-US/seath-thompson-seattle>

Анализ представленных примеров позволяет выделить ключевые инновационные приёмы, характерные для современных гостиничных интерьеров: трансформацию общественных зон в многофункциональные пространства, использование сценарного освещения, внедрение арт-объектов как смысловых и визуальных акцентов, а также интеграцию локального культурного контекста в дизайн интерьера. Существенную роль играет ориентация на эмоциональный комфорт пользователя, выражающаяся в применении тактильно приятных материалов, продуманной акустике и эргономике пространства.

Таким образом, инновационные подходы к дизайну интерьера современных гостиничных комплексов заключаются в формировании целостной пространственной идентичности, способной усилить восприятие бренда и создавать устойчивый пользовательский опыт. Для студента-дизайнера исследование данной темы представляет практическую ценность, поскольку позволяет рассматривать интерьер гостиницы как инструмент средового проектирования, влияющий на поведение, эмоции и впечатления гостей.

#### Список литературы

1. Алексеева И. П. Современные подходы в проектировании интерьеров отелей // Вестник науки. 2021. №4 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-v-proektirovanii-interierov-oteley> (дата обращения: 07.01.2026).

2. Синицина А. 10 причин, почему дизайн - это лучший элемент маркетинга для отелей (04.10.2025) : электронный ресурс. – URL: [https://dzen.ru/a/aO3KDXAVPNAW\\_U2A](https://dzen.ru/a/aO3KDXAVPNAW_U2A) (дата обращения: 24.12.2025).
3. Кокшина, Галина Николаевна. Основы дизайна гостиничного интерьера [Текст] : учебное пособие для студентов специальности 100103.65 "Социально-культурный сервис и туризм", специализация "Гостиничный сервис" / Г. Н. Кокшина, Е. В. Кокшина ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования Санкт-Петербургский гос. ун-т сервиса и экономики, Каф. "Социально-культурный сервис и туризм". — Санкт-Петербург : СПбГУСЭ, 2011. — 187 с. : ил. : 20 см.; ISBN 978-5-228-00572-3.
4. Пайн Б. Дж., Гилмор Дж. Х. Экономика впечатлений. Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 330 с.
5. Design Hotels Book : New Perspectives by Design Hotels (2020, Hardcover). Prestel Gmbh & Co KG. ISBN-103791386328 : электронный ресурс. – URL: <https://www.ebay.com/p/11038745863#ProductDetails> (дата обращения: 24.12.2025).
6. Путеводитель Мишлен 2016: электронный ресурс. – Режим доступа: <https://viamichelin.com> (дата обращения: 24.12.2025).

## **ОСОБЕННОСТЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИНТЕРЬЕРНЫХ ПРОСТРАНСТВ ГОСТИНИЦ В ЦИРКОВЫХ КОМПЛЕКСАХ**

**Чепурова О.Б., канд. искусствоведения, доцент, Шатохин А.Д.  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

В современной практике формирования городской среды наблюдается устойчивая тенденция к объединению культурно-зрелищной деятельности цирков с функциями временного размещения артистов, которые участвуют в гастрольных турах. Это явление выходит за пределы простого территориального соседства и становится стратегией комплексного развития культурных кластеров, где каждый компонент дополняет и усиливает восприятие остальных. «Росгосцирк привлечет инвесторов для реновации своих общежитий и превращения их в отели. Это часть стратегии развития госкомпании...» [1]. Подготовка к решению дизайнерских задач по реконструкции в Ростове-на-Дону интерьеров исторического здания общежития в современный гостиничный объект при стационарном цирковом комплексе предполагает проведение исследовательского этапа, что будет способствовать решению многоуровневых вопросов, связанных с более рациональной организацией пространства, где необходимо совместить требования временного проживания с особенностями функционирования учреждения культуры.

Возникающие при этом противоречия касаются не только технической стороны вопроса, но и глубоких принципов психологического комфорта, эстетической целостности и социальной справедливости. Цирковой актер, выступая на гастролях в театрализованном цирковом шоу, выполняя сложные трюки или номера испытывает большие эмоциональные нагрузки. Его нервная система перегружена впечатлениями, визуальной и звуковой информацией, волнением от переживаний. Когда же он переходит в пространство собственного номера, требуется значительная психологическая разрядка. Интерьер гостиницы должен обеспечивать эту плавную декомпрессию, превращаясь в буфер между бурлящей энергией культурного события и необходимостью полноценного отдыха. Улучшение условий труда цирковых артистов стало ключевым пунктом в Стратегии развития циркового дела в Российской Федерации до 2035 года [1].

Особую роль в этом контексте играет грамотно организованная среда циркового гостиничного комплекса, которая функционирует не просто как туристический объект, но как постоянная жилищно-бытовая среда для артистов, проживающих там месяцами. Такой комплекс предполагает наличие прачечных, кухонных помещений, тренировочных зон, детских комнат и иных объектов, традиционно совмещающих как функцию жилого дома, так и работу. Проектирование гостиничного комплекса требует от архитекторов и

дизайнеров понимания специфики циркового образа жизни: позднее время репетиций и выступлений, присутствие животных, многодетные семьи артистов, постоянное движение и динамика. Все это накладывает четкие требования на выбор материалов, цветовую палитру, планировочные решения и систему организации пространства.

Нормативно-правовая база проектирования таких объектов строго регламентирована. Основным документом является СП 257.1325800.2020 «Здания гостиниц. Правила проектирования» [3], который определяет минимальные площади номеров, ширину коридоров, состав служебных помещений и критерии для присвоения категорийности. Федеральный закон «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» от 22.07.2008 N 123-ФЗ устанавливает требования к ширине лестничных маршей (не менее 1,35 метра для гостиниц), к расстояниям от номеров до выходов и наличию независимых путей эвакуации [4].

Архитектурно-планировочное решение проектируемого объекта проявляется в трехуровневой системе зонирования. На первом уровне происходит функциональное разделение входных узлов: зона ресепшен гостиницы отделяется от основного гостиничного пространства, хотя оба пространства могут быть объединены визуально. Такой прием обеспечивает первичную фильтрацию потоков: приезжие актеры перемещаются по одним траекториям, а постояльцы отеля имеют возможность доступа в свою зону с минимумом пересечений. На втором уровне реализуется вертикальное зонирование, когда нижние этажи занимают общественные функции, технические помещения и административно-хозяйственные блоки, средние уровни выделяются под сервисную инфраструктуру и звукоизолирующие прослойки, а верхние этажи предоставляют пространство жилых номеров с оптимальной инсоляцией и видовыми преимуществами. На третьем уровне обеспечивается логистическое разделение хозяйственных потоков: маршруты доставки театральных декораций и сценического оборудования строго не пересекаются с маршрутами поступления продуктов, белья и иного хозяйственного снабжения гостиницы [2].

Особое значение придается акустической безопасности. Учитывается индекс изоляции воздушного шума между стенами и перекрытиями, входными дверями [6]. При размещении гостиницы, примыкающей к цирковым помещениям, инженерные коммуникации разделяются виброизолирующими муфтами, что исключает передачу вибраций от оборудования сцены в жилые помещения.

Требования доступности для маломобильных групп населения (согласно СП 59.13330.2020) преобразуют гостиницу в пространство, комфортное для всех категорий гостей. Минимум пять процентов номеров должны быть спроектированы для колясочников с увеличенной площадью и специально оборудованными санузлами (не менее 130x100 сантиметров). Тактильная навигация с использованием рельефных поверхностей и контрастных линий помогает людям со слабовидением ориентироваться в пространстве.

Акустическое оформление номеров, предназначенных для людей с проблемами слуха, требует особой настройки систем оповещения и дополнительного внимания к вибрационным сигналам. Система оповещения должна включать как световые, так и звуковые сигналы для информирования людей с различными особенностями восприятия [7].

Жилой номер представляет собой завершающую точку этого сценария эмоциональной декомпрессии. Интерьер номера должен обладать качеством визуальной чистоты: отсутствие чрезмерного декора, яркого цвета или сложных орнаментов. Нейтральная палитра природных тонов (бежевый, серый, мягкие оттенки коричневого) позволяет внутреннему состоянию актера расслабиться после переизбытка эмоций после выступления. Одновременно интерьер номера должен активировать тактильное восприятие, которое было минимально задействовано в публичном пространстве. Натуральное дерево, фактурный текстиль, керамика, камень — все эти материалы создают ощущение «заземленности» и материальной реальности, возвращая актера к осязаемому миру комфорта.

Особого внимания требует психоэмоциональное восприятие пространства при проектировании переходных зон. Если фойе циркового зала залито ярким светом, насыщено цветом и динамичной энергией движения публики, то коридоры гостиницы должны работать на постепенное снижение сенсорного возбуждения. Напольные покрытия должны быть мягкими, с возможностью гашения звука шагов. Геометрия пространства также важна: плавное снижение высоты потолков, изменение ширины коридоров, смена направления движения создают навигационные сигналы, помогающие гостю интуитивно ориентироваться и психологически переключаться.

Приглушенное освещение, использование текстильных поверхностей с высоким коэффициентом звукопоглощения, спокойная нейтральная цветовая гамма — все это сигнализирует центральной нервной системе человека о переходе в режим релаксации. Особое значение придается системам управления светом: диммируемое освещение позволяет гостю самостоятельно регулировать интенсивность света в зависимости от своего состояния. Blackout-шторы и специальные занавески обеспечивают полный контроль над природным освещением, что критически важно для людей, заканчивающих деятельность поздно вечером и нуждающихся в беспрепятственном сне независимо от времени суток.

Световой дизайн в общественных пространствах гостиницы заимствует принципы театральной сценографии. Использование акцентного освещения, выхватывающего отдельные архитектурные детали и создающего драматические тени, превращает лобби в сценическую площадку, где каждый участник ощущает себя главным действующим лицом. Однако эта театрализация должна быть дозированной и не переходить в гиперболизм, который может утомить постояльца. Для жилых номеров световой сценарий строится по противоположному принципу: свет должен быть рассеянным, мягким, без резких контрастов и теней. Система многоуровневого освещения

позволяет потребителю выбирать необходимый уровень яркости: окружающее освещение, функциональное освещение рабочих зон и акцентное освещение декоративных элементов. Например, система Smart Room позволяет автоматизировать управление светом, температурой и влажностью в номере в соответствии с предпочтениями постояльца.

Для длительно проживающих артистов цирка гостиница трансформируется в жилищно-бытовой комплекс, где организация функциональных зон имеет характер постоянного жилья. Наличие общих кухонь на этажах позволяет семьям готовить собственную пищу и поддерживать привычный стиль жизни. Прачечные с полным циклом обработки белья обеспечивают возможность самостоятельного ухода за одеждой. Детские игровые комнаты помогают артистам с семьями организовать досуг детей в период между репетициями и выступлениями. Высокие требования предъявляются к выбору материалов: внутренняя отделка должна быть максимально практичной и износостойкой, способной выдерживать интенсивную эксплуатацию, следы животных и частые уборки.

Тренировочный зал, размещенный на нижних этажах, служит не развлечением, а необходимой площадкой для физической подготовки артистов цирка. Конструктивное решение интерьеров тренировочных залов предусматривает применение прочных ограждающих конструкций, плавающих полов с виброизолирующей прослойкой и встроенными звукопоглощающими материалами.

На уровне дизайн-концепции гостиница при культурно-зрелищном комплексе требует применения сценографического подхода, который отличается от методологии проектирования сетевых отелей. Принцип аллюзии, а не прямой имитации, заключается в том, что дизайнер избегает буквального копирования театрализованных атрибутов (занавесов, театральных масок, декораций), вместо этого применяя метафорические связи. В интерьере гостиницы могут присутствовать те же отделочные материалы, которые применяются в отделке и декорациях цирковой арены; ритм потолочных светильников может повторять музыкальный такт. Такие решения создают подсознательное ощущение принадлежности к миру циркового искусства без риска впадения в китч или вульгарность.

Вопрос интеграции предметов искусства и экспозиционных элементов в пространство гостиницы требует осторожного баланса. Коридоры могут функционировать как галереи для сменных выставок: цирковые афиши, исторические фотографии труппы или цирковых животных, эскизы костюмов или сценографии. Однако количество и размещение таких элементов должно быть продуманным, чтобы не создавать ощущение перегруженности и не нарушать навигацию. Арт-объекты лучше размещать в контролируемых точках — нишах, светофокусных зонах, входных группах, — нежели покрывать ими все стены и поверхности.

Айдентика гостиницы при культурном объекте строится на трансляции ценностей и образов учреждения через смысловые детали, а не через прямое

копирование логотипов и символов. Ключ-карта может быть спроектирована в виде пригласительного билета или программки, форма персонала может переключаться с исторической эпохой, к которой обращается репертуар. Сенсорный брендинг — формирование уникального аромата и звукового ландшафта интерьера — закрепляет идентичность комплекса в памяти гостя на подсознательном уровне. Применение дополненной реальности (AR) через специальные приложения или маркеры на стенах номера позволяет гостю получить информацию об истории цирка, виртуальные экскурсии по закулисам или трансляцию подготовки сцены. В общественных пространствах динамические медиафасады могут менять свой визуальный облик в зависимости от текущего репертуара: перед премьерой одного циркового показа интерьер может транслировать соответствующие образы, перед другим — иные. Однако интеграция технологий должна быть деликатной, не нарушающей основных принципов психологического комфорта и не создающей впечатления гипертеатрализации пространства.

Экологичность и принципы устойчивого развития становятся не просто маркетинговым инструментом, но ожиданием средового пространства и требованием профессионального стандарта. Использование локальных материалов снижает углеродный след строительства и указывает на связь объекта с местным контекстом. Вертикальные сады и фитостены в атриумах компенсируют дефицит природы в условиях плотной городской застройки и одновременно служат дополнительной звукоизоляцией. Система сбора и переработки отходов, применение энергосберегающих светильников и климатического оборудования сокращают воздействие гостиничного комплекса на окружающую среду.

Анализ международных аналогов показывает различные подходы к решению поставленных задач. Например: проект Эльбской филармонии в Гамбурге демонстрирует, как минималистичный интерьер отеля «Westin», расположенного в верхней части здания над концертными залами, может создавать гармонию с экспрессивной архитектурой комплекса благодаря панорамному остеклению и видам на город. 25 отелей «Hours Hotel Vienna» (Вена) выполнены в стиле цирка, где интерьеры наполнены необычными дизайнерскими решениями - деревянными стульями на цепях в качестве качели, кастрюлями вместо умывальника, барабанами на потолке, велосипедами на стене и пр. Интерьеры отеля «Hollywood Proper Residences» (Лос-Анджелес, США), ориентированные на творческую аудиторию, выполнены в современном стиле с голливудскими нотами и имеют в своей основе нейтральную, но сложную цветовую гамму из серого, бежевого, песочного оттенков. Тематические отели при развлекательных парках, такие как отели Disney, применяют полную иммерсию гостя в вымышленный мир, когда персонал функционирует как актеры, а окна номеров могут быть экранами для проекций. Отечественная практика, представленная опытом культурных объектов в Москве и Санкт-Петербурге, акцентирует внимание на декоративном единстве и классической стилизации, хотя нередко сталкивается

с проблемой функционального разрыва между гостиницей и культурным учреждением [8].

При разработке проектных решений рекомендуется придерживаться системного алгоритма. На первоначальном этапе проводится функциональный анализ с определением типов пребывания гостей, сценариев их поведения и продолжительности использования номеров. На втором этапе разрабатывается стратегия буферных зон, где переходные пространства становятся инструментами психологической адаптации посредством света, материалов и цветовых решений. На третьем этапе осуществляется акустическое проектирование, интегрирующее звукоизоляцию как материальное выражение концептуальной идеи. На четвертом этапе производится анализ контекста основного объекта с целью выработки ассоциативных связей в интерьере без прямого копирования. На пятом этапе внедряются современные технологические системы управления и мультимедиа при сохранении традиционных элементов комфорта. Заключительный этап включает валидацию требований нормативно-правовой базы, трансформируя регламенты в осмысленные компоненты концепции [1].

Проектирование интерьерных пространств гостиниц в составе культурно-зрелищных комплексов остается актуальной и перспективной областью архитектурно-дизайнерской деятельности, требующей синтеза знаний из различных дисциплин: психологии восприятия, истории и семантики культуры, строительной физики и современных технологий. Специфика заключается в необходимости балансирования между театральностью публичных пространств и интимностью жилого номера, между единством ансамбля и приватностью постояльца, между инновацией и проверенными временем принципами комфорта. Наиболее удачные реализованные проекты демонстрируют, что гостиница при культурном объекте должна рассматриваться не как функциональное приложение, а как полноценный персонаж в рассказе о месте, его истории, культуре и идентичности.

#### Список литературы

1. Проект Распоряжения Правительства РФ «Об утверждении Стратегии развития циркового искусства в Российской Федерации на период до 2035 года» (по состоянию на 28.06.2023) (подготовлен Минкультуры России, ID проекта 01/23/06-23/00139557) — 2023 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://base.garant.ru/56962494/> (дата обращения: 24. 12. 2025).

2. Артемова, Е.Н. Основы проектирования предприятий индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие для высшего профессионального образования / Е.Н. Артемова, Н.И. Царева, Н.В. Мясищева. – Орел: ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК», 2013. – 235 с. ISBN 978-5-93932-639-1

3. СП 257.1325800.2020 «Здания гостиниц. Правила проектирования» — 2020 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://www.minstroyrf.gov.ru/docs/120027/> (дата обращения: 24. 12. 2025).

4. Федеральный закон «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» от 22.07.2008 N 123-ФЗ (последняя редакция) — 2008 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_78699/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_78699/) (дата обращения: 24. 12. 2025).

5. Трудовой кодекс. Часть четвертая. Раздел XII. Особенности регулирования труда отдельных категорий работников. Глава 55. Особенности регулирования труда других категорий работников. Статья 351. — 2008 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://rulaws.ru/tk/CHAST-SHETVERTAYA/Razdel-XII/Glava-55/Statya-351> (дата обращения: 24. 12. 2025).

6. Свод правил. Защита от шума. Актуализированная редакция СНиП 23-03-2003 Sound protection СП 51.13330.2011 — 2011 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=9&documentId=472496> (дата обращения: 24. 12. 2025).

7. СП 59.13330.2020 Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения. Актуализированная редакция СНиП 35-01-2001 — 2021 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://nko-expert.ru/assets/files/pdf/sp59-13330-2020.pdf> (дата обращения: 24. 12. 2025).

8. 25 hours Hotels. The Hotel Design Concept. — Berlin: Gestalten Publishing, 2019. — Режим доступа. — URL: <https://ennismore.com/brands/lifestyle-collective/25h-hotels/> (дата обращения: 24. 12. 2025).

## **ВЛИЯНИЕ КРЕАТИВНО-СЕНСОРНОЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ СЛЕПЫХ И СЛАБОВИДЯЩИХ ДЕТЕЙ**

**Шлеюк С.Г., канд. искусствоведения, доцент, Колесникова М.В.  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

По данным Российского научного общества офтальмологов в России проживает более миллиона слепых и слабовидящих людей, из них детей 100% инвалидов по зрению – примерно 34 тысячи [1]. Для обеспечения условий, отвечающих специфическим потребностям обучающихся детей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по зрению необходимы специализированные внутренние и внешние пространства, относящиеся к современной обучающей инклюзивной среде. В условиях развития инклюзивного образования особое значение приобретает осмысление роли пространственной среды как фактора, напрямую влияющего на развитие детей с нарушением зрения. Для слепых и слабовидящих обучающихся окружающее пространство перестаёт выполнять исключительно обслуживающую функцию и становится активным инструментом формирования познавательных, эмоциональных и социальных навыков. Среда в данном случае выступает своеобразным посредником между ребёнком и внешним миром, компенсируя ограничения зрительного восприятия за счёт иных сенсорных каналов и создавая условия для безопасного и осмысленного взаимодействия с пространством. Без специально организованного обучения дети с нарушениями зрения не овладевают навыками самостоятельной предметно-пространственной ориентировки и мобильности [2].

Образовательные учреждения интернатного типа для детей с нарушением зрения несут ответственность не только за организацию учебного процесса, но и за формирование у воспитанников навыков самостоятельности, пространственной ориентировки и уверенного поведения в окружающей среде. «Для детей с нарушением зрения, - отмечают методические рекомендации для детей с нарушением зрения, - характерны недостатки развития движений и малая двигательная активность; по сравнению с нормально видящими сверстниками, у них значительно хуже развиты пространственные представления, возможности практической микро и макроориентировки... Нарушения глазодвигательных функций вызывают ошибки выделения детьми формы, величины, пространственного расположения предметов» [3; с.35]. В таких условиях особенно значимым элементом при интернатах для слепых и слабовидящих детей является дворовая территория, поскольку именно она становится пространством активного движения, свободной коммуникации и неформального обучения. Однако анализ существующей практики показывает, что внешние территории школ-интернатов зачастую остаются функционально обеднёнными, лишёнными сенсорного разнообразия и не адаптированными к

особенностям восприятия незрячих и слабовидящих детей, что существенно снижает их развивающий потенциал.

Как указывают исследователи вопроса специфики образования лиц с нарушением зрения Алифанова Л.И. и Кораблева О.В.: «Ребенок с нарушениями зрения имеет все возможности для высокого уровня психофизического развития и полноценного познания окружающего мира с опорой на сохранную анализаторную сеть» [4; с.331]. Создание креативно-сенсорной среды внутри дворовой территории предполагает учёт специфики восприятия детей с нарушением зрения, для которых ведущую роль играют тактильные, слуховые, обонятельные и двигательные ощущения. Для безопасного передвижения дети с нарушением зрения должны уметь использовать различные средства и приемы, среди которых наиболее распространенными являются – передвижение с опорой руки по стене, передвижение с сопровождающим, передвижение с использованием электронных средств, передвижение с помощью собаки-проводник и передвижение с помощью трости [5; с.16]. Для формирования пространственного восприятия слепым детям рекомендуется на начальных этапах выхода на дворовую территорию использовать трость. Затем, насыщение пространства различными сенсорными стимулами позволяет формировать у ребёнка целостное представление о структуре территории, её масштабах и функциональном назначении и, как следствие, происходит отказ от трости как вспомогательного средства передвижения. Тактильные дорожки, различие фактуры покрытий, направляющие элементы и рельефные ориентиры способствуют безопасному передвижению, формированию пространственной памяти и снижению эмоционального напряжения, связанного с неопределённостью окружающей среды. Звуковая организация дворового пространства также выполняет важную навигационную и развивающую функцию. Локальные акустические ориентиры, природные звуки и интерактивные звуковые элементы помогают ребёнку определять направление движения и распознавать различные функциональные зоны. При этом звуковая среда должна быть тщательно выверена по интенсивности и характеру звучания, поскольку чрезмерное акустическое насыщение может приводить к сенсорной перегрузке и ухудшению эмоционального состояния воспитанников.

Существенную роль в формировании креативно-сенсорной среды играют специальные сенсорные и творческие элементы, сочетающие игровые и коррекционно-развивающие функции. Использование фактурных панелей, музыкальных объектов, ароматических растений, тактильных инсталляций и зон для ручной деятельности стимулирует развитие моторики, внимания и воображения, а также способствует формированию положительного эмоционального опыта. Подобные элементы позволяют ребёнку активно взаимодействовать со средой, исследовать её и осваивать новые способы познания окружающего мира.

Пространственная организация дворовой территории должна отличаться логичностью, предсказуемостью и высоким уровнем безопасности. Чёткое

зонирование, отсутствие опасных препятствий, использование нескользящих и мягких покрытий, а также тактильно и акустически различимые переходы между зонами позволяют детям ориентироваться в пространстве без постоянного сопровождения. Такая структура способствует развитию самостоятельности и формированию уверенности в собственных действиях, что является важным условием успешной социальной адаптации [5].

Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что креативно-сенсорная среда выступает одним из ключевых факторов развития слепых и слабовидящих детей. Грамотно спроектированная дворовая территория способствует не только освоению навыков ориентировки и движения, но и развитию сенсорного восприятия, снижению уровня тревожности и укреплению эмоциональной устойчивости. Интеграция образовательных, игровых и рекреационных функций в рамках креативно-сенсорной зоны формирует условия для комплексного интеллектуального, эмоционального и личностного развития воспитанников. Комплексный междисциплинарный подход, основанный на взаимодействии педагогики, психологии и дизайна среды, позволяет создавать инклюзивные пространства, обладающие высоким коррекционно-развивающим потенциалом и отвечающие реальным потребностям детей с нарушением зрения. Дальнейшее развитие данного направления требует углублённых исследований и расширения практики внедрения подобных пространств в систему специализированного образования.

Дополнительно следует отметить, что креативно-сенсорная среда выполняет не только развивающую, но и компенсаторную функцию. Для слепых и слабовидящих детей окружающее пространство частично заменяет недостающую визуальную информацию, трансформируясь в систему ориентиров, сигналов и тактильных подсказок. Через взаимодействие с поверхностями, формами, звуками и запахами ребёнок выстраивает целостное представление о мире, учится прогнозировать собственные действия и чувствовать уверенность при передвижении [6]. Таким образом, среда становится посредником между ребёнком и внешней реальностью, снижая страх перед неизвестным и формируя ощущение контролируемого пространства.

Особую значимость приобретает вариативность сенсорного опыта. Однотипные и монотонные дворовые территории не обеспечивают достаточного уровня стимуляции, что может приводить к снижению познавательной активности и утрате интереса к самостоятельному исследованию пространства. В то же время разнообразие фактур, ритмов, звуковых и тактильных сценариев активизирует различные анализаторы, способствует развитию нейропластичности и формированию устойчивых навыков ориентации. В этом контексте креативно-сенсорная зона выступает не как игровая площадка в традиционном понимании, а как образовательная и терапевтическая среда, интегрированная в повседневную жизнь ребёнка.

Важно подчеркнуть, что проектирование подобных пространств требует междисциплинарного подхода. Архитектурные и дизайнерские решения

должны разрабатываться с учётом данных тифлопедагогики, возрастной психологии, эргономики и норм безопасности. Ошибки в проектировании — чрезмерная сложность маршрутов, резкие звуковые раздражители, небезопасные материалы — способны не только снизить эффективность среды, но и негативно повлиять на эмоциональное состояние детей. Поэтому каждая деталь дворовой территории должна быть осмысленной, логически связанной с общей концепцией и адаптированной к особенностям восприятия слепых и слабовидящих воспитанников. Кроме того, креативно-сенсорная среда способствует социализации детей. Пространства совместной активности, такие как творческие зоны, музыкальные объекты и тактильные игровые элементы, создают условия для общения, совместной деятельности и формирования коммуникативных навыков. Взаимодействие в безопасной и понятной среде помогает детям преодолевать замкнутость, учиться работать в группе и выражать себя через доступные формы творчества [7; 8]. Это особенно важно в условиях школы-интерната, где внешняя территория часто становится основным пространством свободного взаимодействия вне учебного процесса.

Таким образом, креативно-сенсорная среда дворовой территории школы-интерната выполняет одновременно образовательную, коррекционную, эмоционально-поддерживающую и социальную функции. Её влияние выходит за рамки физического благоустройства и напрямую отражается на качестве жизни, уровне самостоятельности и успешности социальной адаптации слепых и слабовидящих детей. Именно поэтому развитие подобных пространств следует рассматривать как неотъемлемую часть современной инклюзивной образовательной политики и перспективное направление архитектурно-дизайнерских исследований.

#### Список литературы

1. Общество офтальмологов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oog.ru/>. – Загл. с экрана
2. Болдинова, О.Г. Методика развития пространственного ориентирования и мобильности детей с нарушениями зрения различных возрастных групп: методическое пособие для специалистов [Электронный ресурс] / О.Г. Болдинова, Е.А. Иванова, Н.Ф. Маркова, С.Л. Антонова, В.М. Скляднева - М.: ФГБНУ «ИКП РАО», 2022. - 73 с. – ISBN 978-5-907593-15-2  
Режим доступа: [https://ikp-rao.ru/wp-content/uploads/2023/02/Methodika-razvitiya-prostranstvennogo-orientirovaniya-i-mobilnosti-detej-s-narusheniyami\\_zreniya\\_metodicheskoe-posobie-dlya-specialistov.pdf](https://ikp-rao.ru/wp-content/uploads/2023/02/Methodika-razvitiya-prostranstvennogo-orientirovaniya-i-mobilnosti-detej-s-narusheniyami_zreniya_metodicheskoe-posobie-dlya-specialistov.pdf)
3. Создание специальных условий для детей с нарушениями зрения в общеобразовательных учреждениях: Методический сборник / Отв. ред. С.В. Алехина // Под. ред. Е.В. Самсоновой. — М.: МГППУ, 2012. — 56с. Режим доступа: [https://www.inclusive-edu.ru/wp-content/uploads/2017/03/maket\\_2.pdf](https://www.inclusive-edu.ru/wp-content/uploads/2017/03/maket_2.pdf)
4. Алифанова Л.И., Кораблева О.В. К вопросу о специфике образования лиц с нарушениями зрения. Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), Modern Research of Social

Problems, № 3-2(59), 2016. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-spetsifike-obrazovaniya-lits-s-narusheniyami-zreniya/viewer>

5. Бахмудкадиева Д.Б., Маллаев Д.М. Формирование элементарных пространственных представлений у слепых и слабовидящих школьников. Известия ДГПУ, №2, 2015. С.14-17. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-elementarnyh-prostranstvennyh-predstavleniy-u-slepyh-i-slabovidyaschih-shkolnikov/viewer>

6. Ортюкова Е.В. Развитие компенсаторных возможностей у ребенка с нарушение зрения через стимуляцию сохранных сенсорных анализаторов. Образовательная социальная сеть nsportal.ru. Режим доступа: <https://nsportal.ru/detskii-sad/korreksionnaya-pedagogika/2018/08/09/razvitie-kompensatornyh-vozmozhnostey-u-rebenka-s>

7. Пакет специальных образовательных условий обучения детей с нарушениями зрения в условиях общего образования. Режим доступа: [https://psycentre26.ru/docs/Commission/forprof/PSOU/2\\_PakSpecObrUslObuchDet\\_NarushZren.pdf](https://psycentre26.ru/docs/Commission/forprof/PSOU/2_PakSpecObrUslObuchDet_NarushZren.pdf)

8. Ермаков В.П., Якунин Г.А. Основы тифлопедагогики: Развитие, обучение и воспитание детей с нарушениями зрения: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2000 - 240 с.

# **ИММЕРСИВНЫЙ ДИЗАЙН ВИРТУАЛЬНЫХ МЕБЕЛЬНЫХ САЛОНОВ: ВЛИЯНИЕ НА ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОВЛЕЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ И ПРОДАЖИ**

**Шлеюк С.Г., канд. искусствоведения, доцент, Мещерина Д.С.  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

Развитие электронной коммерции (e-commerce) в России, по итогам 2024 г., происходит стремительными темпами. К подобному типу современной коммерции относят интернет-магазины, маркетплейсы, онлайн-сервисы доставки еды и продуктов, цифровые подписки, а также социальные сети, продающие товары непосредственно потребителю [1]. В этих условиях мебельная индустрия сталкивается с рядом специфических вызовов, связанных с невозможностью физического контакта потребителя с товаром, что в большей степени тормозит принятие решения покупки у потребителя. В отличие от традиционных офлайн-салонов - мебельных магазинов и центров продаж мебели, онлайн-платформы существенно ограничены в передаче тактильных ощущений, понимании реального масштаба и пространственного восприятия мебели. В этой связи возрастает роль визуальных и эмоциональных инструментов воздействия на потенциального покупателя. Иммерсивный дизайн виртуальных мебельных салонов становится одним из ключевых решений данной проблемы, позволяя создать эффект присутствия и вовлеченности, который компенсирует отсутствие физического взаимодействия. Термин иммерсивный образован от англ. Immersive, что в переводе означает «присутствие, погружение» и имеет прямое отношение к современным формам развития культуры, психологии, образования, медицины... Иммерсивный дизайн создает эффект полного погружения в искусственно созданную среду. Например, большое распространение на современном этапе получили иммерсивные спектакли, в которых зрители и артисты находятся в едином сценическом пространстве; иммерсивные видеоигры, создающие эффект глубокого вовлечения и погружения игрока в виртуальный мир; иммерсивная психология, предлагающая анализ собственных ощущений, мыслей, переживаний эмоций, нередко при помощи аудио- и видеоконтента и т.д. [2].

Актуальность данного вопроса в области мебельных продаж подтверждается растущим интересом дизайнеров, маркетологов и производителей к технологиям виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR), а также актуализации роли контент-дизайнера, формирующего виртуальную среду продаж. Использование трехмерных пространств, интерактивных сценариев и персонализированных решений способствует формированию глубокого эмоционального контакта между пользователем и продуктом. Как показывают исследования, снижение когнитивной нагрузки и

страха ошибки при выборе габаритных товаров, таких как мебель, напрямую отражается на уровне доверия и принятии положительного решения о покупке. В основу проектирования современных виртуальных мебельных шоурумов ложится теория эмоционального маркетинга и модель ABC (Antecedent Behaviour-Consequence - «антецедент-поведение-следствие»), объясняющая, как визуальные стимулы трансформируют поведение пользователя: от пассивного наблюдения к активному цифровому «обладанию» предметом [3].

В рамках исследования был проведен сравнительный анализ стратегий визуальной презентации ведущих игроков мебельного рынка — IKEA, Wayfair, Hoff, Divan.ru и Westwing. Результаты показывают, что компании выбирают различные пути формирования пользовательского опыта, которые можно условно разделить на три направления: технологическая иммерсия, функциональная кастомизация и эмоциональное кураторство.

Глобальные лидеры рынка, такие как IKEA и Wayfair, делают ставку на стратегию «тотальной иммерсии», стремясь максимально точно воспроизвести физический опыт взаимодействия с интерьером через технологии искусственного интеллекта. Например, инструменты IKEA Kreativ и IKEA Place позволяют пользователям сканировать собственные комнаты, удалять существующую мебель с помощью нейросетей и интегрировать в пространство 3D-модели новых товаров с соблюдением реальных пропорций [4]. Схожий подход демонстрирует американская платформа Wayfair, развивающая технологии визуального поиска и 3D-планирования. Их функционал Search with Photo и алгоритмы генерации интерьеров во вкладке Discover решают главную проблему онлайн-шоппинга — неуверенность в том, как предмет впишется в конкретное жилое пространство. Здесь эмоциональное вовлечение достигается через снятие барьера неопределенности: покупатель получает контроль над виртуальной средой, выступая в роли дизайнера собственного жилья [5].

Российский сегмент рынка, представленный брендами Hoff и Divan.ru, демонстрирует адаптацию иммерсивных технологий с упором на прагматику и глубокую кастомизацию. Термин «кастомизация» в данной области предполагает процесс адаптации или модификации продукта в соответствии с индивидуальными требованиями и предпочтениями клиента, в результате которого массовый продукт превращается в кастомный — единичный в своём роде. Компания Hoff активно внедряет AR-инструменты через мобильное приложение, позволяя «примерять» мебель в интерьере в режиме реального времени. Это гибридная модель, сочетающая автоматизированные сервисы с возможностью заказа экспресс-дизайна у специалистов [6]. Бренд Divan.ru выбрал стратегию вовлечения посредством детального онлайн-конструктора продукта. Вместо сложной архитектуры виртуальных комнат, акцент здесь сделан на качественную 3D-визуализацию самого предмета. Пользователь может менять обивку, комплектацию и фурнитуру, наблюдая за изменениями текстур в высоком разрешении. Такой подход формирует чувство психологического соавторства: покупатель эмоционально привязывается к

товару, который он «создал» сам, что существенно повышает ценность продукта в его глазах [7].

Альтернативную стратегию демонстрирует клуб шоппинга Westwing, который опирается на принципы «эмоционального кураторства» и модель shoppable magazine («магазин-журнал»). Шопинг-клуб Westwing объединяет интернет-магазин дизайнерской мебели и предметов интерьера с онлайн-журналом, в котором эксперты делятся советами по дизайну интерьера и рассказывают об актуальных трендах. В отличие от технократического подхода конкурентов, виртуальное пространство Westwing организовано не вокруг геометрии комнаты, а вокруг атмосферы и стиля жизни. Вместо 3D-конструкторов здесь используются высокохудожественные эдиториалы (вид скрытой рекламы, замаскированный под авторский или журналистский информационный материал), а также временные акции, создающие эффект эксклюзивности и срочности. Визуальный ряд музейного качества формирует желание принадлежности к определенному эстетическому сообществу, воздействуя на иррациональные, гедонистические мотивы потребления [8].

Таким образом, эволюция виртуальных мебельных салонов движется от простых электронных каталогов к созданию сложных экосистем впечатлений. Если раньше ключевой задачей была демонстрация ассортимента, то сегодня приоритетом становится погружение пользователя в сценарий использования. Успешные цифровые платформы объединяют прагматические инструменты (AR-примерка, конфигураторы размеров) с превосходным досуговым контентом и виртуальной рекламой, создавая прямой путь клиента к приобретению продукта. Будущее отрасли лежит в дальнейшей гибридизации этих подходов, где границы между развлекательным контентом, инструментом планирования и корзиной покупок будут окончательно стерты, а технологии дополненной реальности станут нативным стандартом веб-интерфейсов. Уточним, что нативный стандарт включает разработку приложений специально под конкретную платформу.

Технологический прогресс в сфере виртуальных мебельных салонов остаётся неполным без понимания глубоких психологических процессов, которые трансформируют пассивного зрителя в активного покупателя. Одна из ключевых проблем онлайн-шоппинга мебелью заключается в так называемой «когнитивной перегрузке» — состоянии, когда обилие информации затрудняет принятие решения. В отличие от традиционных магазинов, где покупатель полагается на помощь продавца и может физически осмотреть предмет, онлайн-покупатель сталкивается с парадоксом выбора: тысячи вариантов, бесконечные фильтры и неясные характеристики. Исследования в области когнитивной нейронауки показывают, что избыток информации не улучшает, а напротив, ухудшает качество решений. Большой объём альтернатив не только замедляет процесс, но и повышает тревожность, создавая чувство потенциальной ошибки [9]. Однако, когда платформа предлагает несколько релевантных вариантов вместо тысячи, пользователь переживает облегчение на уровне нейротрансмиттеров — снижается уровень кортизола (гормона стресса)

и повышается дофамин (гормон удовлетворения). Дополнительно, когда пользователь самостоятельно кастомизирует товар — будь то цвет дивана в конструкторе Divan.ru или материал в приложении Hoff, — возникает психологический эффект, называемый «соавторством». Соответственно, пользователь больше не просто потребитель, а соучастник в создании товара. Эмоциональная привязанность к самостоятельно «созданному» предмету существенно повышает готовность к покупке, поскольку объект приобретает дополнительный смысл — становится материализацией личного вкуса и предпочтений [9]. Таким образом, персонализация решает сразу две психологические задачи: снижает когнитивную нагрузку и создаёт иллюзию управления, что трансформирует образ потребителя с пассивного наблюдателя в активного дизайнера собственного интерьера.

Один из самых недооценённых механизмов эффективности AR и VR в мебельном ретейле — их способность снижать когнитивную нагрузку не через сокращение информации, а через её пространственную реорганизацию. Так, традиционный интерфейс требует от потребителя постоянного мысленного преобразования: взглянуть на 2D-изображение стула, представить его в 3D-пространстве, оценить, как он смотрится рядом с другими предметами, вычислить пропорции относительно собственной комнаты. Исследования, проведённые с использованием NASA Task Load Index (NASA TLX) — стандартного инструмента для измерения когнитивной нагрузки, — показали, что AR/VR-интерфейсы значительно снижают умственные усилия при выполнении тех же задач. В частности, исследование с использованием Google Cardboard продемонстрировало, что пользователи, взаимодействующие с AR-моделями мебели в собственном интерьере, сообщили о существенно более низких показателях когнитивной нагрузки по сравнению с традиционным онлайн-шоппингом, при этом удовлетворение и уровень вовлечённости значительно возросли [10]. Это происходит, потому что иммерсивные интерфейсы позволяют внешней визуальной системе делать то, что иначе пришлось бы делать внутренней когнитивной системе. Вместо того, чтобы воображаемо помещать стул в комнату, пользователь видит стул, уже размещённый в комнате в правильных пропорциях. Это совпадение внешней реальности и визуализации создаёт эффект, называемый в когнитивной психологии «когнитивной разгрузкой». Мозг может сосредоточиться на оценке эстетических и функциональных аспектов товара, вместо того чтобы тратить энергию на пространственные трансформации. Для потребителей с более низким уровнем пространственного мышления этот эффект особенно благотворен. Пожилые пользователи, люди с определёнными когнитивными различиями, потребители с низким уровнем математической грамотности — все они получают значительное облегчение при использовании AR-инструментов. Это превращает иммерсивные технологии в инклюзивный инструмент, который демократизирует доступ к уверенным покупкам.

Покупка мебели — это не импульсивный акт. Даже в условиях эффективно спроектированного иммерсивного салона потребитель по-

прежнему анализирует в процессе приобретения – насколько хорош выбранный товар, как он будет выглядеть в реальном пространстве и т.д. Снизить риски неуверенности может помочь доверие к онлайн-платформе мебельного ретейла, которое складывается из нескольких компонентов. Первый — это вера к качеству товару, которая строится на основе сочетания профессиональной визуализации, реальных фотографий пользователей и подробных описаний материалов. Второй — доверие к платформе, которое включает в себя прозрачность о сроках доставки, условиях возврата и качестве обслуживания клиентов. Третий — это экзистенциальное доверие: вера в то, что платформа не исчезнет завтра, что компания будет здесь для поддержки после покупки.

Для российского рынка доверие конструируется иначе, чем в Европе или США. Исследования потребительского поведения в условиях пандемии выявили, что российский потребитель скептичен к избытку информации и предпочитает детальные, честные описания с признанием недостатков. Когда Hoff демонстрирует диван в AR, показывает его с разных углов, включает видео-отзывы реальных пользователей и честно описывает особенности материала (например, что велюр может стираться при интенсивном использовании), это работает на доверие лучше, чем идеализированные снимки.

Иммерсивный дизайн виртуальных мебельных салонов трансформировался из имиджевого элемента в фундаментальный инструмент продаж, напрямую влияющий на экономические показатели ритейлеров. Исследование подтверждает, что внедрение технологий дополненной реальности (AR), интерактивных 3D-конфигураторов и стратегий визуального сторителлинга не просто компенсирует отсутствие тактильного контакта, но и формирует качественно новый уровень эмоционального вовлечения потребителя. Создавая эффект «цифрового обладания» и снижая когнитивные барьеры неопределенности, виртуальная среда превращает процесс выбора мебели в персонализированный опыт, что в конечном итоге повышает конверсию, укрепляет лояльность к бренду и стимулирует рост продаж в условиях высококонкурентного рынка.

#### Список литературы

1. Возная Е. Революция онлайн-продаж: взрывной рост e-commerce в России и прогнозы до 2030 года. Сайт: Компьютерра. Главное о технологиях, бизнесе и их создателях. Режим доступа: <https://www.computerra.ru/312416/revolyutsiya-onlajn-prodazh-vzryvnoj-rost-e-commerce-v-rossii-i-prognozy-do-2030-goda/>
2. Иммерсивность. Материал из Википедии — свободной энциклопедии. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Иммерсивность>
3. Ji D. The mediating role of emotional attachment in virtual fitting experiences // Atlantis Press. — 2024
4. IKEA Kreativ — виртуальный инструмент для дизайна интерьера // IKEA. — URL: <https://www.ikea.com/us/en/home-design/> (дата обращения: 24.12.2025)

5. Wayfair — интернет-магазин мебели и товаров для дома // Wayfair. — URL: <https://www.wayfair.com/>(дата обращения: 24.12.2025)
6. Hoff — интернет-магазин мебели и товаров для дома // Hoff. — URL: <https://hoff.ru/>(дата обращения: 24.12.2025)
7. Divan.ru — интернет-магазин мебели и товаров для дома // Divan.ru. — URL: <https://www.divan.ru/>(дата обращения: 24.12.2025)
8. Westwing — интернет-магазин товаров для дома и интерьера // Westwing. — URL: <https://westwing.ru/>(дата обращения: 24.12.2025)
9. Not Too Much and Not Too Little: Information Processing for a Good Purchase Decision // *Frontiers in Psychology*. – 2021
10. Armawan I., Fabroyir H. Enhancing E-commerce Fashion Fitting with Low-Cost Augmented and Virtual Reality// *Proceedings of the 2025 IEEE International Conference on Industry 4.0, Artificial Intelligence, and Communications Technology (IAICT)*. – Bali, Indonesia, 2025. – DOI: 10.1109/IAICT65714.2025.11101491.

# УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН ВИРТУАЛЬНЫХ МУЗЕЙНЫХ ПРОСТРАНСТВ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

**Шлеюк С.Г., канд. искусствоведения, доцент, Антропов А.С.**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Оренбургский государственный университет»**

Использование цифровых технологий в современной действительности открывает новые возможности в различных областях, в том числе и в областях, связанных с культурой и искусством. В рамках новой реальности посетители музеев рассчитывают на взаимодействие с музеем, с коллекциями, творчеством художников и новыми экспозициями с помощью технологических решений. Виртуальные музеи современного искусства становятся всё более значимой частью культурного ландшафта. Однако, несмотря на практически безграничный потенциал виртуальных пространств для демократизации доступа к искусству, они часто остаются недостаточно адаптированы для людей с ограниченными возможностями. Проблема доступности виртуальных выставочных пространств становится всё более актуальной, так как она напрямую влияет на возможность людей с различными видами инвалидности (визуальные, слуховые, двигательные, когнитивные нарушения) полноценно участвовать в культурной жизни. «В этих условиях, - указывается в отчете музеев России 2021 года о цифровой инклюзии и доступности информационно-коммуникационных технологий в музее, - создание стратегии цифровой трансформации музея позволяет обеспечить расширение доступа к коллекции и улучшение пользовательского опыта при сохранении миссии музея с учетом его технологических ресурсов» [1].

Актуальность данного исследования обоснована несколькими факторами. Во-первых, согласно данным Всемирного исследования здоровья населения, выполненного Всемирной организацией здравоохранения, около 15% населения мира живут с той или иной формой инвалидности [2].

Во-вторых, виртуальные выставочные пространства обладают уникальным потенциалом для предоставления свободного доступа к культуре и искусству.

В-третьих, методология универсального дизайна (universal design) уже получила развитие в физической архитектуре, однако её применение в цифровых музейных средах остаётся недостаточно изученным и практикуемым.

В качестве основного метода исследования применяется сравнительный анализ пяти ведущих виртуальных музейных платформ, известных своим опытом в области доступности. Данный подход позволяет выявить ключевые элементы универсального дизайна, влияющие на доступность виртуальных выставочных пространств.

В ходе анализа внутри виртуальных музейных платформ рассматриваются следующие аспекты:

- Мультимодальные подходы к взаимодействию с контентом;
- Наличие и качество аудиодескрипции для слепых и слабовидящих посетителей;
- Решения для навигации и ориентации в интерфейсе;
- Система субтитров для слабослышащих и глухих посетителей;
- Доступность интерфейса для людей с двигательными нарушениями;
- Когнитивная доступность и упрощение информации.



Рисунок - 1 Джон Хойланд – виртуальный тур по студии художника [5]

Универсальный дизайн виртуальных выставочных пространств представляет собой комплексный подход, направленный на создание цифровой среды, доступной для всех людей независимо от их способностей. Это не синоним дизайна "для людей с ограничениями", а скорее философия проектирования, которая приносит пользу всем пользователям [3].

#### *Google Arts & Culture: Мультимодальный подход к доступности*

Google Arts & Culture представляет собой одну из наиболее инновационных платформ в области виртуальных музейных пространств, уделяя значительное внимание вопросам доступности. Мультимодальный подход подразумевает одновременное использование различных каналов восприятия и форм подачи материала, при котором модель обучается одновременно на нескольких типах данных (модальностях). Мультимодальный подход включает такие показатели как целевую направленность, а также гибкость и адаптируемость. Платформа Google Arts & Culture предлагает *высококогнитивные изображения* произведений искусства, что позволяет как людям с нарушениями зрения, так и всем остальным посетителям рассматривать детали произведений с увеличением. Это решение особенно значимо, так как создаёт новые возможности восприятия, недоступные даже в физических музеях. Платформа также интегрирует аудиодескрипцию для ключевых произведений, предоставляя *подробное описание содержания*, композиции и исторического контекста. Эти описания озвучиваются профессиональными дикторами, что делает опыт более иммерсивным. Однако,

важно отметить, что охват аудиодескрипции остаётся неполным — доступны описания лишь для части коллекций. Интерфейс Google Arts & Culture разработан с учётом принципов доступности веб-контента (WCAG — Web Content Accessibility Guidelines). *Навигация может осуществляться как мышью, так и с помощью клавиатуры*, что критически важно для людей с двигательными нарушениями, которые не могут использовать стандартную мышь. Контрастность цветов в интерфейсе соответствует минимальным требованиям для слабовидящих пользователей [4].

#### *Tate Modern Virtual Tours: Пространственная доступность*

Tate Modern Virtual Tours — это виртуальные туры по галерее Tate Modern в Лондоне. Они позволяют посетителям ознакомиться с экспозициями, не выходя из дома, и получить информацию о произведениях искусства. Музей Tate Modern предлагает инновативный подход к виртуальным турам, используя 360-градусные панорамные фотографии пространства музея. Однако, несмотря на высокое визуальное качество, интерактивность этого формата может быть вызывающей затруднения для некоторых групп пользователей.

Для слепых и слабовидящих посетителей платформа предлагает текстовые описания пространственной организации залов, которые описывают архитектурные элементы, расположение произведений и ощущение масштаба, вплоть до использования мультисенсорного описания пространства. Тексты включают не только визуальные характеристики, но и чувственные впечатления (например, "ощущение высоты потолка", "восприятие света от больших окон"), что позволяет формировать более полное понимание пространства даже без прямого визуального восприятия.

Для людей с когнитивными нарушениями Tate предлагает упрощённые версии описаний произведений, использующие более короткие предложения и базовый словарь. Это решение подчеркивает важность когнитивной доступности, часто игнорируемой в дизайне виртуальных музеев [5].

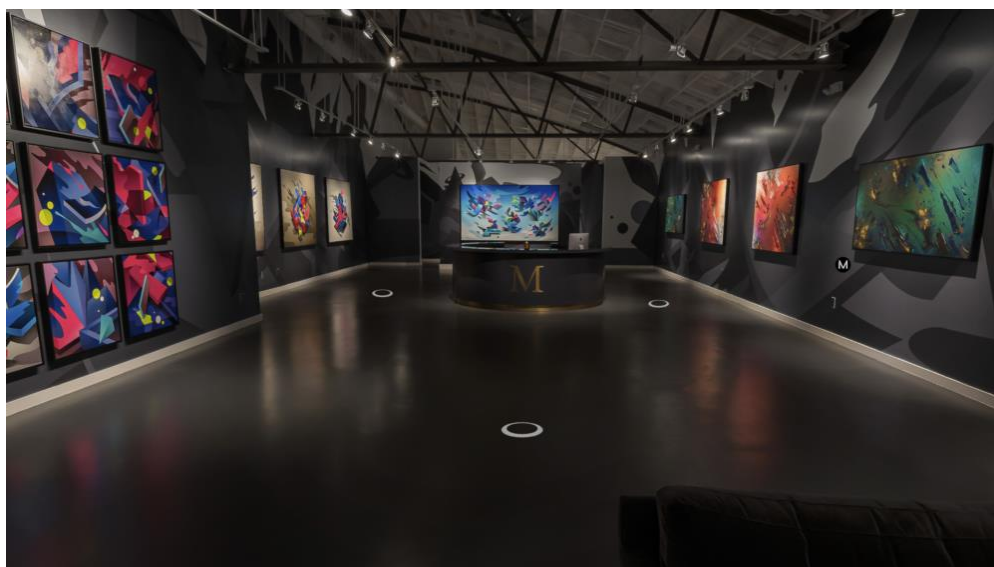


Рисунок - 2 Галерея Мэддокса, Нью-Йорк: Виртуальные туры по выставке Майкла Блэка "Состояние потока"

### *MoMA Online Collections: Гибкость интерфейса*

Музей современного искусства МоМА (Нью-Йорк) демонстрирует высокий уровень гибкости интерфейса, позволяя пользователям кастомизировать параметры просмотра. Размер шрифта может быть увеличен для людей с нарушениями зрения, а контрастность регулируется для оптимального восприятия. Возможность изменения цветовой схемы интерфейса является важной для людей с дальтонизмом, который поражает примерно 8% мужского населения [6].

МоМА также предлагает функцию "чтения экрана" (screen reader), совместимую со стандартными программами для слепых и слабовидящих пользователей. Это позволяет платформе использоваться в сочетании с технологией синтеза речи, делая контент доступным для полностью слепых посетителей.

Особое внимание в МоМА уделено структурированию информации. Каждое произведение снабжено стандартизированным набором метаданных (название, автор, дата, техника, размеры), что помогает пользователям быстро ориентироваться и понимать контекст.

### *The Metropolitan Museum of Art: Мультиязычность и культурная доступность*

Метрополитен-музей в Нью-Йорке предлагает контент на многочисленных языках, что расширяет доступность для людей, для которых английский не является родным языком. Кроме того, музей предлагает культурно-специфичные описания произведений, учитывающие различные исторические и культурные контексты. Это решение особенно значимо в контексте инклюзивности, так как оно признаёт культурное многообразие аудитории [7].

Платформа также предлагает виртуальные лекции и видеоконтент, сопровождаемый субтитрами. Это обеспечивает доступность для глухих и слабослышащих посетителей. Интересная особенность — использование видео с сурдопереводом (sign language interpretation) для некоторых особо значимых произведений и выставок.

### *V21 Artspace: Инновации в интерактивности*

V21 Artspace (Художественное пространство V21) представляет собой относительно новую виртуальную музейную платформу, специализирующуюся на создании иммерсивных виртуальных выставочных пространств. Платформа представляет собой бренд, принадлежащий и управляемый компанией M and H Media Ltd, зарегистрирован в Англии и Уэльсе. Платформа демонстрирует инновативный подход к проблеме доступности, используя технологию речевого управления для навигации в трёхмерном виртуальном пространстве. Это решение особенно полезно для людей с двигательными нарушениями, которые могут управлять навигацией голосовыми командами [8].

V21 также интегрирует адаптивный интерфейс, который изучает предпочтения пользователя и автоматически регулирует параметры отображения для оптимального опыта. Например, если система обнаруживает,

что пользователь часто увеличивает масштаб, она может автоматически увеличить размер шрифта и объектов интерфейса.

Рассмотренные типы виртуальных музейных платформ позволяют сделать ряд выводов:

1. *Мультимодальность как ключевой принцип.* Анализ показывает, что наиболее успешные платформы используют мультимодальный подход к представлению информации. Предоставление контента в различных форматах (текст, аудио, видео, тактильные описания) позволяет охватить наибольшее количество пользователей с различными способностями.

2. *Навигация и пространственная ориентация.* Проблема пространственной ориентации в виртуальных выставочных пространствах остаётся сложной для людей с нарушениями зрения. Успешные решения (Tate Modern, Google Arts & Culture) используют подробные текстовые описания пространства, дополняемые аудиальными указаниями и чувственными описаниями.

3. *Когнитивная доступность как недооценённый аспект.* Исследование подчеркивает, что когнитивная доступность часто игнорируется в дизайне виртуальных музеев. Решения, рассматривающие людей с когнитивными нарушениями (упрощённые описания, структурированная информация, избегание перегруженности интерфейса), значительно расширяют охват аудитории.

4. *Гибкость как фундаментальный принцип.* Платформы (MoMA, V21), позволяющие пользователям кастомизировать интерфейс, демонстрируют более высокую степень инклюзивности. Гибкость в размере шрифта, контрастности, скорости анимации и других параметрах является необходимой для охвата разнообразной аудитории.

5. *Языковая и культурная доступность.* Метрополитен-музей демонстрирует, что языковая доступность и культурно-чувствительные описания расширяют инклюзивность не только для людей с инвалидностью, но и для глобальной аудитории.

Универсальный дизайн виртуальных музейных пространств для людей с ограниченными возможностями является не просто этической необходимостью, но и стратегической возможностью для музеев. Анализ ведущих платформ показывает, что успешная реализация принципов инклюзивности требует комплексного подхода, включающего мультимодальность, гибкость, когнитивную доступность и культурную чувствительность. Проведённое исследование демонстрирует, что инвестиции в доступность приносят пользу не только людям с явно выраженной инвалидностью. Универсальный дизайн создаёт более удобный опыт для всех пользователей. Например, субтитры не только помогают глухим посетителям, но и полезны для людей, смотрящих видео в шумной среде. Аудиодескрипция помогает не только слепым, но и людям, которые предпочитают многозадачный режим восприятия информации.

Однако, исследование также указывает на существующие пробелы. Несмотря на прогресс, полное охватывание аудиодескрипции всех

произведений остаётся недостижимым для большинства платформ. Интеграция новых технологий, таких как искусственный интеллект для автоматизированного создания описаний, может значительно расширить доступность в будущем. Кроме того, необходимо более глубокое изучение опыта пользователей с различными типами инвалидности. Текущие исследования часто сосредоточены на проблемах пользователей с визуальными или слуховыми нарушениями, в то время как опыт людей с двигательными или когнитивными нарушениями остаётся менее изученным.

В России в основе цифровой инклюзии в музеях лежит комплексный подход. Цифровые технологии пересекаются с общими вопросами доступности, актуальными на сегодняшний день: как сделать существующую цифровую инфраструктуру доступной для посетителей, какие технологии могут способствовать развитию, какие решения могут создать риски и как их минимизировать. Цифровая инклюзия применяется в разных аспектах музейной деятельности. Это и доступность сервисных зон и навигации, экспозиционного пространства и мультимедийных решений; проведение офлайн- и онлайн-мероприятий; создание медиапродуктов, сайтов и мобильных приложений; коммуникация с аудиторией в социальных сетях и мессенджерах [9; с.3].

Заключая, можно утверждать, что виртуальные музейные пространства имеют нереализованный потенциал для демократизации доступа к искусству. Применение принципов универсального дизайна — это не только вопрос справедливости и равноправия, но и вопрос создания более богатого и разнообразного культурного опыта для всего общества.

#### Список литературы

1. Цифровая инклюзия и доступность ИКТ в музее. Отчет по результатам исследования. Март 2021г. Режим доступа: <file:///C:/Windows/system32/config/systemprofile/Downloads/Digital-Inclusion-and-ICT-Accessibility-in-Museums-Survey-Report-in-Russian.pdf>
2. Не забывая никого: Беседа «Хроники ООН» с Гопинатханом Ачамкулангаре, 30 октября 2019 г. Сайт Организации объединенных наций. Раздел «Хроники ООН». Режим доступа: <https://www.un.org/ru/42941?ysclid=mjppq24qj033816879>
3. Инклюзивный ландшафтный дизайн: создание пространств для всех возрастов и способностей. Сайт: Зеленый остров. Ландшафтный дизайн. Режим доступа: <https://green-studio66.ru/inklyuzivnyj-landshaftnyj-dizajn-sozdanie-prostranstv-dlya-vseh-vozzrastov-i-sposobnostej/>
4. Google Arts: Культура Культура: Как Google Arts: Культура меняет предпринимательский ландшафт. Режим доступа: <https://fastercapital.com/ru/content/Google-Arts-Культура-Культура-Как-Google-Arts-Культура-Меняет-предпринимательский-ландшафт>
5. Tate Modern. Сайт: EYEREVOLUTION LONDON. Режим доступа: <https://www.eyerevolution.co.uk/virtual-tours/tate-modern/>

6. Тушков И. Дальтонизм в интерфейсах: как создавать доступный дизайн. Режим доступа: <https://vc.ru/design/44115-daltonizm-v-interfeisah-kak-sozdavat-dostupnyi-dizain?ysclid=mjpw8w56l7546175956>

7. The Met Collection. Travel around the world and across 5,000 years of history through 490,000+ works of art. Сайт: The Met Collection. Режим доступа: <https://metmuseumarts.org/>

8. V21 Artspace. Режим доступа: <https://museumsandheritage.com/advisor/directory/v21-artspace/>

9. Цифровая инклюзия в музеях. Методическое пособие. / Большаков Н. В., Исаева А., Колесников В., Новоторцева Г., Осадчая О., Попко А., Редькин Д., Сличный Е., Стейнберг А., Халикова Д., Талызина Л., Чайкин И., Щекочихина М., Шарова Е. Сост.: Д. Халикова. СПб. : Государственный Русский музей, 2025. Режим доступа: <https://disk.yandex.ru/i/ziMy5HZV4OKZTQ><https://disk.yandex.ru/i/ziMy5HZV4OKZTQ>

# ДЕЛОВОЙ ИМИДЖ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ И ПЕДАГОГА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

**Яньшина М. М., канд. искусствоведения**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Оренбургский государственный университет»**

Имидж – важная составляющая корпоративной культуры любой организации, включая высшие учебные заведения. Позитивный имидж определяет конкурентоспособность организации на рынке образовательных услуг и выражается в пяти компонентах:

-габитусный имидж носит одушевленный (люди) и неодушевленный характер (атрибутика) и соответственно складывается: 1) из габитуса (внешнего вида) ее сотрудников, а также габитуса потенциальных потребителей товаров и услуг (студентов, а также партнеров вуза); 2) фирменный стиль, выбранная символика;

-вербальный имидж объединяет все то, что говорится о вузе в официальных и неофициальных источниках. Качество речи каждого сотрудника тоже дополняет общий вербальный имидж организации;

-имидж корпоративной среды – интерьер помещений, чистота, оптимальный температурный баланс, приемлемый уровень шума, отсутствие посторонних и неприятных запахов; оптимальное зонирование внутренних помещений, удобный подход/подъезд к организации;

-предметный (овеществленный) имидж – качество оборудования рабочих мест и качество организации делопроизводства;

-деловой корпоративный имидж вуза характеризует собственно деятельностный аспект существования организации, качество образовательных услуг, которые она производит.

Остановимся подробнее на одушевленном габитусном имидже. Наиболее крупные организации заботятся о внешнем виде своих сотрудников, фиксируя список своих требований в различных документах, например, в «Общих рекомендациях по внешнему виду» (например, государственных гражданских служащих Министерства финансов Российской Федерации), Положении «О внешнем виде сотрудников» (например, ОАО «Газпром нефть»), всевозможных иллюстрированных дресс-буках (DressBook). Рисунок 1-2.

Документы, регламентирующие внешний вид, могут содержать довольно объемную информацию, особенно дресс-буки, вплоть до рекомендаций где и по какой цене следует приобретать одежду. Такие документы часто содержат рекомендации по макияжу, прическе, маникюру, украшениям. При этом в документах прописывается порядок соблюдения положений. Контроль за исполнением требований чаще всего возлагается на руководителей структурных подразделений и членов комиссии по корпоративной этике.

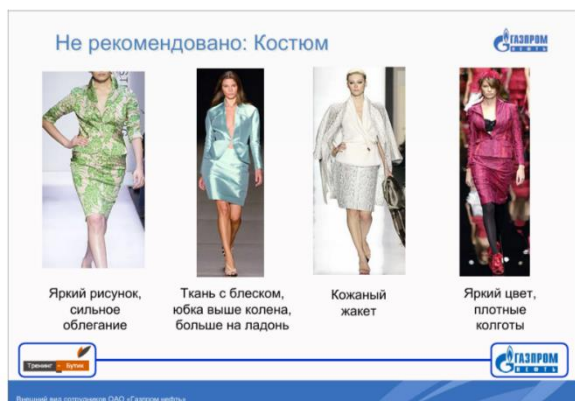
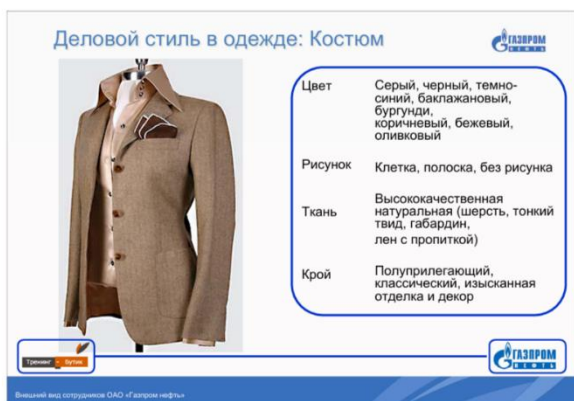


Рисунок 1 – Пример дресс-бука

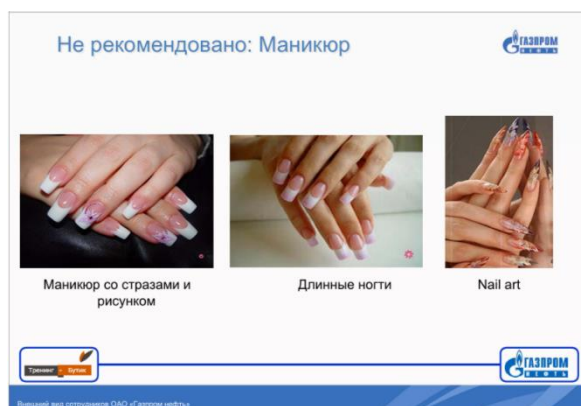
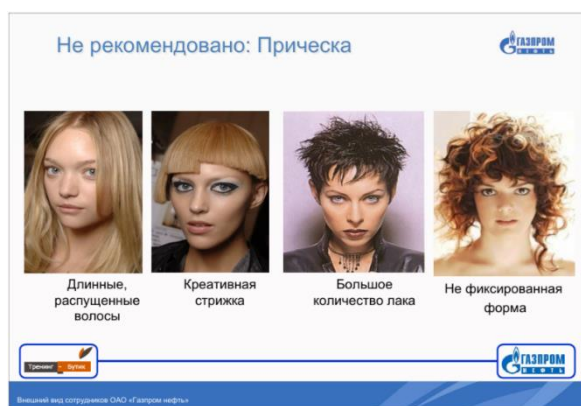


Рисунок 2 – Пример дресс-бука

Вузы, так же, как и любая серьезная организация, стараются формировать позитивный имидж, в том числе и в части внешнего вида сотрудников и студентов. Если со стороны сотрудников высших учебных заведений не встречается серьезного неприятия требований к внешнему виду, то среди студентов это отношение не всегда лояльное. Тем не менее, в российском законодательстве согласно [Федеральному закону от 29.12.2012 N 273-ФЗ \(ред. от 29.12.2025\) "Об образовании в Российской Федерации"](#) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2026) в «Статья 38. Одежда обучающихся. Форменная одежда и иное вещевое имущество (обмундирование) обучающихся» сказано: «Организации, осуществляющие образовательную деятельность, вправе устанавливать требования к одежде обучающихся, в том числе требования к ее общему виду, цвету, фасону, видам одежды обучающихся, знакам отличия, и правила ее ношения». [1]

Вузы устанавливают требования к внешнему виду сотрудников и студентов в соответствующих локальных нормативных актах, например, уставе или внутренних правилах. Выполнять их обязательно. За нарушение вуз вправе сделать обучающемуся замечание или выговор, а также отчислить. Не все вузы пользуются своим правом устанавливать требования к внешнему виду, многие

учебные заведения лишь в одном-двух предложениях формулируют общие требования. Так, в Московском государственном университете (согласно обзора ИИ) нет единого строгого дресс-кода, но принято придерживаться официально-делового или «smart casual» стиля, избегая чрезмерно открытой, пляжной или домашней одежды, а также надписей с неуместным содержанием. На отдельных факультетах прописаны общие правила относительно внешнего вида. На странице ВК Добровольной студенческой Дружины ЮФ МГУ размещена памятка «Правила поведения на территории университета»: «Важно соблюдать дресс-код, использовать в одежде официально-деловой стиль. Не разрешается приходить в учебные корпуса в шортах, открытой летней обуви, а также находиться в помещении в головных уборах». Внешний вид студента оговорен в шуточной форме в «Гиде первокурсника» Факультета государственного управления МГУ: «Дресс-код: чтобы не стыдно было выйти на сцену и сделать фото». [2]

В Высшей школе экономики нет единого дресс-кода (согласно обзору ИИ). В Санкт-Петербургском государственном университете так же нет строгого дресс-кода, в Правилах внутреннего распорядка п. 2.1.7. сказано: «Следовать нравственным и культурным традициям и духовным ценностям Университета, общепринятым моральным и этическим нормам, соблюдать Кодекс университета Университета», п. 6.2. прописано: «В учебных аудиториях (лекционных залах) во время проведения занятий также воспрещаются пребывание в верхней одежде и головных уборах и прием пищи». [3]

Среди высших учебных заведений Приволжского федерального округа ситуация также неоднозначная. Например, в Правилах внутреннего распорядка УрГАХУ обозначено следующее: «Приходить в Университет аккуратно одетыми. Внешний вид и одежда должны соответствовать общепринятым нормам делового стиля». [4] В Кодексе этики обучающегося федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» говорится: «Культура общения обучающегося КФУ и его внешний вид должны соответствовать высокому званию обучающегося КФУ».

В стенах КФУ обучающемуся мужского пола запрещено находиться в головном уборе, если это не противоречит его национальным традициям, религиозным убеждениям и иным уважительным обстоятельствам.

На занятиях и во время официальных мероприятий в КФУ обучающемуся рекомендуется соблюдать такой стиль одежды, который соответствует имиджу современного обучающегося одного из ведущих университетов страны и условиям его обучения, преимущественно – деловой стиль одежды.

Во время торжественных церемоний в КФУ, а также на представительских мероприятиях обучающемуся рекомендуется использовать одежду с символикой КФУ». [5] Вузы Оренбургской области по-разному регламентируют внешний вид студентов и сотрудников. В Правилах внутреннего распорядка обучающихся ОГПУ значится:

«5.10 Обучающиеся обязаны:

5.10.11 уважать честь и достоинство других обучающихся и работников Университета, не создавать препятствий для получения образования другими обучающимися;

5.10.12 быть вежливыми, соблюдать чистоту и установленный порядок на территории и в помещениях Университета;

5.11 Обучающимся запрещается:

5.11.3. иметь неряшливый и вызывающий внешний вид;

5.11.5 В учебных аудиториях (лекционных залах) и иных помещениях Университета запрещается:

– находиться в верхней одежде и головных уборах». [6]

Оренбургский государственный аграрный университет подробно описывает требования к внешнему виду:

«5.3.2. Внешний вид каждого обучающегося должен способствовать соблюдению норм поведения, соответствовать общепринятому деловому стилю, который отличают сдержанность, традиционность, аккуратность.

1) внешний вид обучающегося должен соответствовать имиджу Университета как учреждения высшего образования, создавать условия для развития культуры и эстетики, соответствовать деловому стилю специалиста, профессионала;

2) обучающиеся должны приходить на занятия и другие мероприятия в светской одежде;

3) ношение в Университете спортивной одежды и обуви (за исключением занятий по физической культуре), пляжной, домашней одежды и обуви строго запрещено;

4) одежда обучающегося не должна содержать вызывающие детали (длину юбки или платья выше середины бедра, оголенные спины, животы);

5) прическа, макияж, украшения, аксессуары должны быть выдержаны и неброски, гармонично сочетаться с одеждой и обувью». [7]

В Оренбургском филиале Московского государственного юридического университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) Правила внутреннего распорядка гласят:

«2.3.33. Не находиться в верхней одежде (обучающимся мужского пола в головных уборах) в помещениях Университета, в том числе на учебных занятиях, не оставлять одежду и личные вещи вне раздевалок и мест, предназначенных для их хранения.

2.3.35. При нахождении в Университете либо участии в образовательном процессе в дистанционном формате иметь опрятный внешний вид и придерживаться делового стиля в одежде. Не допускается пребывание в помещениях и на территории Университета (за исключением занятий по физической культуре) в спортивной одежде, шортах, коротких топах, пляжной одежде и обуви; одежде и атрибутике, явно демонстрирующей религиозную или культовую принадлежность; женских головных уборах, закрывающих часть лица, а также закрывающих часть головы - во время проведения

аттестаций. Не рекомендуется ношение нательных украшений, выполненных методом пирсинга, экстравагантной одежды, обуви и причёсок». [8]

В ОГУ также относятся к дресс-коду серьезно. Выдержка из Правил внутреннего распорядка:

«4.4 Работники Университета обязаны:

- соблюдать деловой стиль в одежде.

4.9 Обучающиеся Университета обязаны:

- приходить в Университет аккуратно одетыми. Внешний вид и одежда должны соответствовать общепринятым нормам делового стиля и носить светский характер. Не допускается пребывание в зданиях и на территории Университета в шортах и другой пляжной одежде и обуви, рваных джинсах, брюках с чрезмерно низкой посадкой, прозрачных блузках и майках, вызывающе коротких мини-юбках, декольтированной одежде, а также в спортивной одежде (за исключением занятий по физическому воспитанию). Запрещено носить одежду, обувь и аксессуары с травмирующей фурнитурой, символикой асоциальных неформальных молодежных объединений, пропагандирующих психоактивные вещества и противоправное поведение, а также одежду, нарушающую светский характер образования, которая является обязательным атрибутом религиозных обрядов, демонстрирующих религиозную принадлежность. Не рекомендуется ношение пирсинга». [9]

Беглый взгляд на ситуацию с дресс-кодом в вузах позволяет понять, что ограничения для студентов накладываются, в основном, на ношение пляжной одежды и на нахождение в помещениях без верхней одежды. Для сотрудников высших учебных заведений существует расплывчатая формулировка «деловой стиль в одежде». По мнению автора подразумевается, что информация по правилам делового дресс-кода известна всем, находится в открытом доступе и каждый при необходимости может к ней обратиться. Однако по наблюдениям автора многие участники образовательного процесса даже не подозревают, что им необходимо обращаться к такого рода информации. Наиболее распространенные ошибки дресс-кода относятся к длине юбок/шорт, глубине декольте (для женщин) и общему количеству оголенных участков тела (для лиц и женского и мужского пола). Также существует непонимание различий в одежде для спорта и в одежде спортивного стиля, в одежде и белье, что приводит к неловкой и неуместной демонстрации своих анатомических особенностей некоторыми участниками образовательного процесса в стенах учебных заведений. Тем не менее существует строгая градация одежды в рамках делового стиля, прописанная *Национальной ассоциацией специалистов по протоколу и этикету* «Нормативы и требования к внешнему виду женщин – государственных служащих всех рангов», «Нормативы и требования к внешнему виду мужчин – государственных служащих всех рангов». Незнание простейших правил внешнего вида влечет за собой репутационные потери для организаций и демонстрирует недостаточную профессиональную компетентность сотрудников либо соискателей вакансий. Высшим учебным заведениям необходимо включать в учебные планы различных направлений

подготовки хотя бы небольшие учебные курсы по деловому имиджу, курсы повышения квалификации по имиджу и стилю для сотрудников.

Следует отметить, что кафедра дизайна ведет работу по ликвидации «имиджевой безграмотности» и повышению общего уровня корпоративной культуры относительно внешнего вида участников образовательного процесса ОГУ. В разное время кафедра была участником круглого стола "Дресс-код в университете" [10], размещала публикации на страницах газеты «Оренбургский университет», включила курс по имиджелогии в список дисциплин для своих студентов.

#### Список литературы

1. [Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ \(ред. от 29.12.2025\) "Об образовании в Российской Федерации" \(с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2026\)](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/03ed3d9a84d233e0791495bf8600996efca437fa/) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/03ed3d9a84d233e0791495bf8600996efca437fa/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/03ed3d9a84d233e0791495bf8600996efca437fa/) (дата обращения: 26.01.2026)
2. Гид первокурсника ФГУ 2024 [Электронный ресурс] // Московский государственный университет. – URL: [https://stud.spa.msu.ru/wp-content/uploads/2024/08/gid-dlya-pervokursnikov\\_redakcziya-2024g.pdf](https://stud.spa.msu.ru/wp-content/uploads/2024/08/gid-dlya-pervokursnikov_redakcziya-2024g.pdf) (дата обращения: 26.01.2026)
3. *Правила внутреннего распорядка обучающихся Санкт-Петербургского университета* [Электронный ресурс] // Санкт-Петербургский государственный университет. – URL: [https://spbu.ru/sites/default/files/pravila\\_vnutrennego\\_rasporyadka\\_obuchayushchihsya\\_spbgu.pdf](https://spbu.ru/sites/default/files/pravila_vnutrennego_rasporyadka_obuchayushchihsya_spbgu.pdf) (дата обращения: 26.01.2026)
4. *Правила внутреннего распорядка обучающихся УрГАХУ* [Электронный ресурс] // Уральский государственный архитектурно-художественный университет. – URL: [https://store.usaaa.ru/Store/sveden/document/Pravila\\_rasporyadka\\_03.05.17.pdf](https://store.usaaa.ru/Store/sveden/document/Pravila_rasporyadka_03.05.17.pdf) (дата обращения: 26.01.2026)
5. Кодекс этики обучающегося федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» [Электронный ресурс] // Казанский (Приволжский) федеральный университет. – URL: [https://kpfu.ru/portal/docs/F1769183796/Kodeks.etiki.obuch\\_sya.pdf](https://kpfu.ru/portal/docs/F1769183796/Kodeks.etiki.obuch_sya.pdf) статья 11
6. *Правила внутреннего распорядка обучающихся* [Электронный ресурс] // Оренбургский государственный педагогический университет. – URL: [https://ospu.ru/assets/resources/articles/sveden/VN\\_Rasp\\_4-0.pdf](https://ospu.ru/assets/resources/articles/sveden/VN_Rasp_4-0.pdf) (дата обращения: 26.01.2026)
7. *Правила внутреннего распорядка обучающихся* [Электронный ресурс] // Оренбургский государственный аграрный университет. – URL: [https://orensau.ru/images/stories/docs/sveden/document/Pravila\\_rasporyadka\\_02.07.2014.pdf](https://orensau.ru/images/stories/docs/sveden/document/Pravila_rasporyadka_02.07.2014.pdf) (дата обращения: 26.01.2026)

8. Правила внутреннего распорядка обучающихся Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)» // Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина [Электронный ресурс] – URL: [https://oimsal.ru/sites/default/files/julia/e4a5xn2lc7zxfwd3ejm14f39lolnj3fw\\_1.pdf](https://oimsal.ru/sites/default/files/julia/e4a5xn2lc7zxfwd3ejm14f39lolnj3fw_1.pdf)

(дата обращения: 26.01.2026)

9. Правила внутреннего распорядка ОГУ [Электронный ресурс] // Оренбургский государственный университет. – URL: <http://www.osu.ru/doc/2295>

(дата обращения: 26.01.2026)

10. Строго не значит скучно [Электронный ресурс] // Управление по средствам массовой информации ОГУ. – URL: <http://www.osu.ru/news/11291>

(дата обращения: 26.01.2026)