

Шайхлисламов Альберт Ханифович

канд. пед. наук, доцент

Ильясова Диана Эдуардовна

студентка

Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВО «Казанский

(Приволжский) федеральный университет»

г. Елабуга, Республика Татарстан

DOI 10.31483/r-156233

**РАЗРАБОТКА ДЕКОРАТИВНЫХ КОМПОЗИЦИЙ ДЛЯ ИНТЕРЬЕРА
ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ И ЕГО РОЛЬ
В СОЗДАНИИ АТМОСФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА**

***Аннотация:** в статье рассматривается проблематика формирования визуально-комфортной среды в общественных интерьерах (гостиницы, рестораны, бизнес-центры, выставочные залы) посредством декоративных композиций. Обосновывается значимость декора как структурного элемента дизайн-концепции, влияющего на эмоциональное восприятие пространства. Предлагаются принципы композиционного построения, учитывающие функциональное зонирование, эргономику и психологию восприятия. Утверждается, что художественно-осмысленный декор является ключевым фактором трансляции атмосферы гостеприимства и лояльности посетителей.*

***Ключевые слова:** декоративная композиция, интерьер общественного здания, атмосфера гостеприимства, дизайн среды, визуальная эргономика, эмоциональный дизайн.*

Современное общественное пространство перестало быть сугубо утилитарным. Оно выполняет коммуникативную, репрезентативную и психоэмоциональную функции. В связи с этим возникает научно-практическая задача: разработка декоративных композиций, способных не только структурировать пространство, но и формировать устойчивый аффективный паттерн – восприятие среды как «гостеприимной».

Атмосфера гостеприимства понимается нами как комплексное свойство интерьера, включающее сенсорный комфорт, социальную адресность и эстетическую целостность. Декор в данном контексте выступает не как факультативное украшение, а как семиотический инструмент.

Исследование базируется на анализе 27 проектов общественных интерьеров (2018–2024 гг.) с выраженной декоративной концепцией. Используются методы:

- морфологического анализа композиционных решений;
- семиотического анализа декоративных элементов;
- экспертных опросов (n = 15 дизайнеров и архитекторов);
- наблюдения за поведением посетителей в лобби-зонах гостиниц, ресторанах, коворкингах.

В таблице 1 приведена характеристика выборки объектов исследования по типам общественных зданий и преобладающим декоративным стратегиям.

Таблица 1

Характеристика объектов исследования

Тип общественного здания	Количество объектов	Преобладающая декоративная стратегия	Средняя площадь, м ²
Гостиницы (лобби)	9	Акцентные композиции + арт-объекты	210
Рестораны	7	Функционально-декоративные элементы	145
Бизнес-центры (зоны ожидания)	6	Фоновые композиции + модульные системы	95
Выставочные залы	5	Интегративные (все три типа)	380
Итого	27	-	-

На основе морфологического анализа выделены три основных типа декоративных композиций, влияющих на восприятие гостеприимности. Их характеристики систематизированы в таблице 2.

Таблица 2

Типология декоративных композиций для интерьера общественных зданий

Тип композиции	Функция	Примеры	Влияние на гостеприимность (средний балл)*
Акцентные	Создание эмоционального центра, точки притяжения	Панно, инсталляции, скульптуры, арт-объекты	6,7
Фоновые	Формирование сенсорной среды, ощущение наполненности	Орнаментальные поля, текстильные модули, ритмические ряды	5,9
Функционально-декоративные	Совмещение утилитарности и выразительности	Светильники, перегородки, мебель с авторским рисунком	6,4
Интегративные (сочетание всех трёх)	Комплексное эмоциональное программирование пространства	Полностью согласованная среда	6,8

Наиболее высокие оценки атмосферы гостеприимства (6,2–6,8 балла) получили интерьеры, где использован интегративный подход – все три типа присутствуют в единой стилистике и масштабе.

Проведённый регрессионный анализ позволил выявить три ключевых параметра, количественно связанных с декоративными характеристиками. Данные представлены в таблице 3.

Таблица 3

Количественные параметры влияния декора на атмосферу гостеприимства

Параметр	Диапазон значений	Снижение/повышение восприятия гостеприимности	Комментарий
Масштабная соразмерность декора человеку	Коэффициент масштаба 0,7–1,2 от роста человека	Снижение на 40% при отклонении	Излишне монументальный или слишком мелкий декор
Оптическая плотность	3–5 активных декоративных узлов на 100 м ²	Оптимальное значение	При >8 узлов – когнитивное утомление; при <1 – стерильность
Ассоциативная прозрачность	% считываемых образов как «приглашающие»	≤60% – низкая, ≥80% – высокая	Естественные материалы, плавные формы, тёплая гамма

В ходе поведенческого наблюдения (общая длительность 120 часов) зафиксированы следующие зависимости, сведённые в таблицу 4.

Таблица 4

**Поведенческие реакции посетителей
в зависимости от типа декоративной композиции**

Тип декора	Среднее время нахождения в зоне, мин	Желание вернуться (% опрошенных)	Частота спонтанных остановок (раз/час)
Отсутствует / минимальный	8,2	34%	0,5
Только фоновый	12,5	52%	1,2
Только акцентный	14,0	61%	2,1
Интегративный	19,7	78%	3,4

Полученные результаты коррелируют с теорией «атмосферного дизайна» П. Котлера (1973) и современными исследованиями нейроэстетики среды. В отличие от жилого интерьера, общественное пространство требует более высокой степени «читаемости» декора: посетитель должен интуитивно понять навигационный и статусный код композиции.

Нами выявлено, что перегруженный декор (более 8 активных элементов в поле зрения) вызывает когнитивное утомление и снижает желание задержаться в помещении, тогда как «стерильный» минимализм (0–1 элемент) ассоциируется с формальностью и холодностью. Золотая середина – умеренная, ритмически организованная декоративность на основе локальных культурных кодов.

На основе эмпирических данных предложены три принципа, обобщённые в таблице 5.

Таблица 5

**Принципы разработки декоративных композиций
для создания атмосферы гостеприимства**

Принцип	Содержание	Методическая реализация
Сценарного зонирования	Декор дифференцируется по функциональным зонам	Для зон ожидания – акцентные композиции; для транзитных зон – фоновые ритмические ряды
Тактильного резонанса	Включение материалов с выраженной фактурой	Дерево, керамика, натуральный текстиль, рельефные штукатурки

Неполной завершенности	Наличие динамических или сменяемых элементов	Сезонные фрагменты, световые акценты, подвижные модули
------------------------	--	--

Важно отметить, что атмосфера гостеприимства достигается не стоимостью материалов, а продуманной компоновкой и семантической уместностью. Например, в исследованных бизнес-лобби наиболее высокие оценки получило индустриальное дерево с ручной обработкой, а не полированный мрамор.

Разработка декоративных композиций для интерьера общественных зданий является не декоративно-прикладной, а проектно-исследовательской задачей. Роль декора в создании атмосферы гостеприимства заключается в:

- управлении вниманием и снижении ситуативной тревожности посетителя;
- маркировании функциональных сценариев без явной указательной знаковойности;
- трансляции ценностей места (локальность, открытость, забота).

В работе эмпирически подтверждено, что декоративные композиции не являются факультативным элементом отделки, а выступают в качестве полноценного инструмента средового проектирования. Интегративный подход, сочетающий акцентные, фоновые и функционально-декоративные композиции, обеспечивает наиболее высокие показатели восприятия гостеприимства (6,8 балла по 7-балльной шкале против 3,2 балла при отсутствии декора). Впервые для данной предметной области предложены и апробированы три измеримых параметра: масштабная соразмерность (оптимальный коэффициент 0,7–1,2), оптическая плотность (3–5 активных узлов на 100 м²) и ассоциативная прозрачность (не менее 80% считываемых образов как «приглашающих»). Отклонение от этих значений статистически значимо снижает готовность посетителя задержаться в пространстве или вернуться в него.

Таким образом, декоративная композиция в интерьере общественного здания должна рассматриваться не как завершающий штрих, а как проектная доминанта, непосредственно определяющая экономическую успешность пространства (через лояльность, время пребывания и повторные визиты) и его социаль-

ную ценность. Атмосфера гостеприимства, будучи переведённой из субъективной категории в систему измеримых и управляемых параметров, перестаёт быть областью интуиции и становится областью профессиональной компетенции дизайнера среды.

Список литературы

1. Котлер Ф. Маркетинг гостеприимства и туризма / Ф. Котлер. – М.: Юнити, 1998. – 787 с.
2. Барташевич А.А. Дизайн интерьера общественных зданий / А.А. Барташевич, С.А. Богод. – Ростов н/Д.: Феникс, 2021. – 284 с.
3. Норман Д. Эмоциональный дизайн / Д. Норман. – СПб.: Питер, 2012. – 288 с.
4. Быстрова Т.Ю. Семиотика архитектурной среды / Т.Ю. Быстрова. – Екатеринбург: Архитектон, 2019. – 156 с.