

Университетская среда и проблемы айдентики

© И.А. Шаманова, О.Е. Железняк

*Иркутский национальный исследовательский технический университет,
г. Иркутск, Российская Федерация*

Аннотация. Статья посвящена исследованию потенциала университетской среды в становлении корпоративной идентичности как неотъемлемой части современной жизни образовательных учреждений. Сегодня, когда нельзя ограничиваться только пакетом визуальной информации, входящей в состав фирменного стиля, при формировании «айдентики» как системы корпоративной идентичности обращение к изучению роли предметно-пространственной среды и архитектуры в этом процессе становится чрезвычайно актуальным. Сам факт интерпретации дизайна среды и архитектуры как части айдентики учреждения представляет научную новизну. Работа включает изучение опыта создания уникальной университетской среды, формирующей идентичность и корпоративный имидж, и проведение экспертной оценки предметно-пространственной среды, форм и способов её эксплуатации. Важным итогом являются проектные разработки по дизайну среды ИРНИТУ, формированию его айдентики, выполненные на основе проведённых обследований.

Ключевые слова: айдентика, предметно-пространственная среда, дизайн, архитектура, корпоративная идентичность, университет

University Environment and Identity Problems

© Irina A. Shamanova, Olga E. Zheleznyak

*Irkutsk National Research Technical University,
Irkutsk, Russian Federation*

Abstract. The article is devoted to the study of the potential of the university environment in the formation of corporate identity as an integral part of the modern life of educational institutions. Today, when it is impossible to be limited only to a package of visual information that is part of the corporate identity, in the formation of «identity» as a system of corporate identity, addressing the study of the role of the subject-spatial environment and architecture in this process becomes extremely relevant. The very fact of interpreting environmental and architectural design as part of an institution's identity is a scientific novelty. The article studies the experience of creating a unique university environment that forms identity and corporate image, and carries out an expert assessment of the subject-spatial environment, forms and methods of its operation. An important result is the design development for the design of the IRNITU environment, the formation of its identity, carried out on the basis of the conducted surveys.

Keywords: identity, subject-spatial environment, design, architecture, corporate identity, university

Введение

При выборе учебного заведения важную роль сегодня играет имидж учреждения, его статус в образовательном пространстве, который включает содержание, несущее в себе традиции, принципы, идеологию, а также системы визуальной идентичности, которые превращают обыденные учебные будни в повседневную жизнь бренда [1]. Несомненно, рейтинг, специализация, преподавательский состав и рекомендации важны, но высокие требования должны предъявляться и к архитектуре, предметно-пространственной среде, а также к системам визуальной коммуникации с «потребителем».

«Айдентика» как форма корпоративной идентичности, будучи совокупностью компонентов, создающих определённый, задуманный

авторами образ компании/вуза, в представлениях потребителей работает на узнаваемость и запоминаемость бренда учреждения и формирует впечатление о нём. И здесь нельзя ограничиваться только пакетом визуальной информации, входящей в представление фирменного стиля. Важную часть такого имиджа сегодня составляют дизайн предметно-пространственной среды и архитектура, которые нередко являются приоритетом в позиционировании университета на рынке труда и неотъемлемым средством коммуникации с «потребителем».

Основными задачами айдентики учебных заведений является необходимость закрепления своего научного статуса и демонстрации профессионализма в ситуации высокой конкуренции для повышения привлекатель-

ности вуза среди молодёжи и родителей абитуриентов. К большому сожалению, идентичка большинства отечественных учебных заведений выглядит как пережиток советского прошлого [2]. Она унылая, однообразная и, бесспорно, нуждающаяся в модернизации. Именно этот фактор придаёт актуальность исследуемой теме. Современные учебные заведения, которые в той или иной степени хотят обладать достойной конкурентоспособностью и востребованностью, постепенно отказываются от устаревших методов и стремятся шагнуть в ногу со временем, повышать значимость образования. Если принимать во внимание тот факт, что любовь к обучению легче привить, если быть с обучающимися «на одной волне», целесообразно формировать эту самую «волну» через создание актуальных трендов.

Исследованиям университетской/образовательной среды и проблем становления её идентичности, специфики сегодняшнего этапа посвящены работы Бровкина А.В., Щербаковой Т.Н., Виноградовой И.А., Иванова Е.В., Альтбаха Ф., Андрущак Г., Кузьмина Я., Слободчикова В.И., Колесниковой Е.Ю., Явина В.А. и др.; тему эстетики и уникальности образовательной среды как фактора воспитания, развития и обучения поднимают Гавриловец К.В., Лабковская Г.С., Печко Л.П., Медведев В.Ю., Пучков М.В. и др. [3–9].

1. Дизайн образовательных пространств. Опыт создания уникальной университетской среды, формирующей идентичность и корпоративный имидж

Большое значение для формирования университетской среды как части системы

идентичности вуза и корпоративной идентичности имеет организация эстетической составляющей предметно-пространственной среды. Помимо этого, эстетика образовательной среды, качественный дизайн как гибкая, динамично развивающаяся микро-среда имеют большое влияние на творческое мышление и мотивацию студентов, непосредственно сказываются на формировании образа учебного заведения, обуславливают его запоминаемость и уникальность. Качественно организованная и стильная образовательная среда с индивидуальным дизайном формирует у людей, находящихся в ней, вкус, представление о красоте и творческое мышление, она влияет на состояние всех участников образовательного процесса, а также на появление новых креативных идей и инновационного подхода к разным видам деятельности [1].

Существует множество примеров удачной стильной университетской среды, архитектуры и интерьеров, задающих корпоративную идентичку и «говорящих на одном языке» с новым поколением. В таких учебных заведениях никому не хочется прогуливать занятия, в эти университеты хочется поступить только от одного внешнего вида зданий.

1. WU (Wirtschaftsuniversität Wien / Венский университет экономики и бизнеса) – это самый крупный университет в Европе, специализирующийся на подготовке будущих бизнесменов и экономистов, ключевые объекты которого спроектированы командой Захи Хадид. Он имеет выразительный архитектурный образ, что само по себе становится частью узнаваемого имиджа университета и формой корпоративной идентичности (рис. 1).

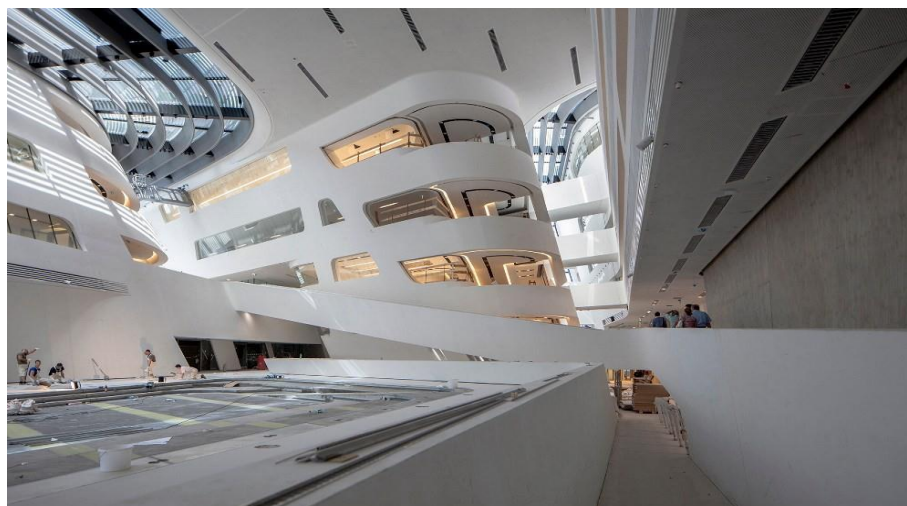


Рис. 1. Венский университет экономики и бизнеса

2. Университет Массачусетса (Isenberg School of Management) построен в 2019 году по проекту Архитектурного бюро Бьярке Ингельса. Проектируя новое здание как «то, к чему вы испытываете эмоциональную привязанность»¹, архитекторы создали не только комфортную выразительную запоминающуюся среду, но и среду, имеющую визуальные связи, коммуникации с «потребителем», университетская среда превратилась

в узнаваемый бренд (рис. 2).

3. Массачусетский технологический институт – пример того, как органично визуальные/графические компоненты фирменного стиля развиваются в полноценную систему айдентики университета в интерьерах и предметно-пространственном наполнении среды, включая систему навигации (рис. 3).



Рис. 2. Университет Массачусетса

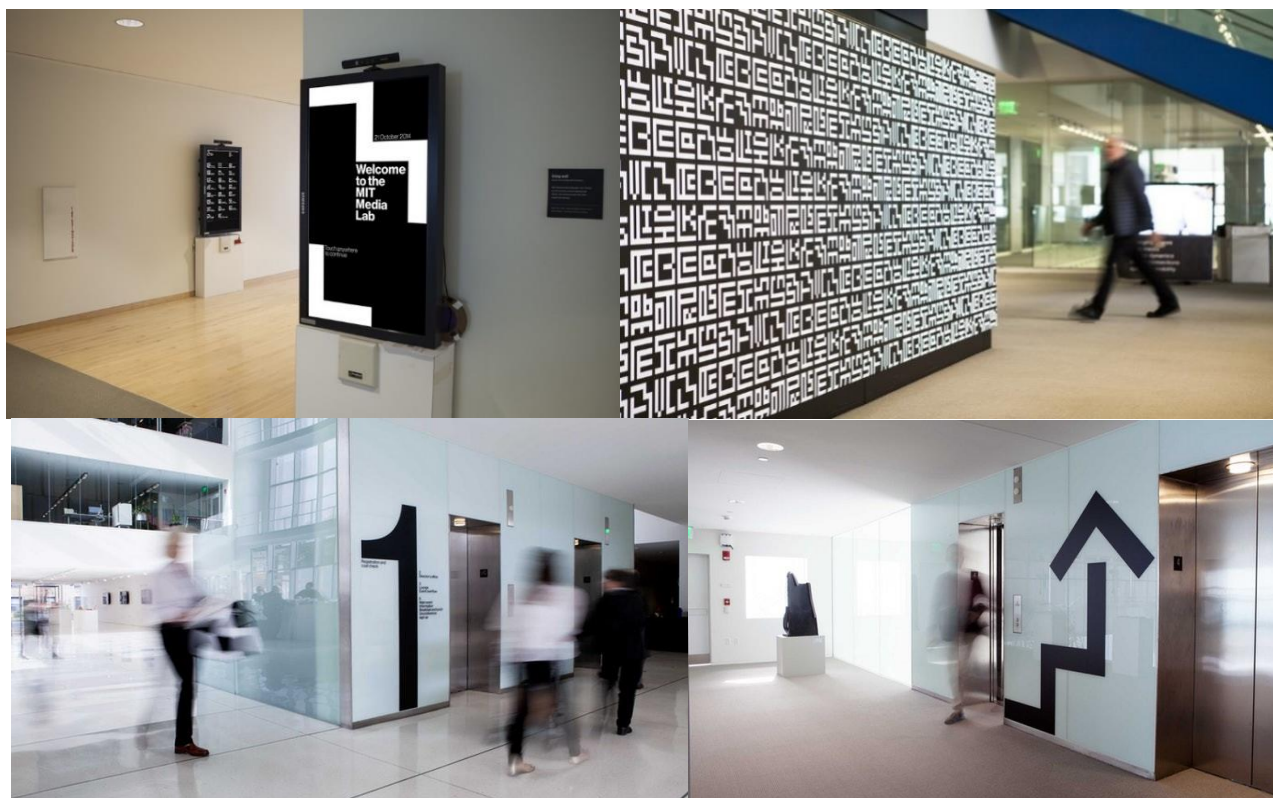


Рис. 3. Массачусетский технологический институт

4. Колледж искусств и дизайна Онтарио,

построенный в 2014 году, пожалуй, один из самых нестандартных и ярких примеров в этом списке. Необычное архитектурное решение, цветовая экспрессия и локация колледжа не только создают знаковый образ универси-

¹ Business Innovation Hub Renderings [Электронный ресурс]. URL: <https://www.isenberg.umass.edu/gallery/new-construction> (23.06.2021).

тета, но и провоцируют студентов мыслить нестандартно и выдвигать новые, креативные решения, что также является составляющей университетского имиджа (рис. 4).

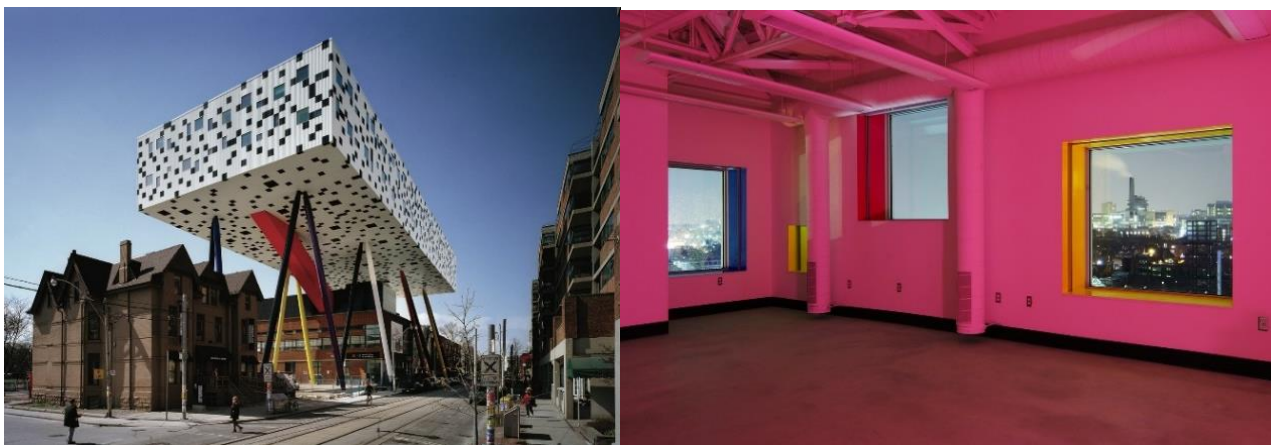


Рис. 4. Колледж искусств и дизайна, Онтарио

5. Американский университет в Бейруте – это ещё одно произведение архитектурного бюро Захи Хадид, появившееся на свет в 2014 году. Целью архитекторов было создание пространства для обмена идеями между исследователями и политиками, для меж-

дисциплинарных дискуссий и обмена опытом. И им удаётся это сделать с помощью формирования нестандартной архитектурной среды, служащей частью университетской айдентики (рис. 5).



Рис. 5. Американский университет в Бейруте

6. Французский институт моды в Париже – «сосуд из стекла и бетона», образ здания демонстрирует свою архитектурную современность² и неподвластность времени, при этом «письменный голос школы», созданный компанией Base, выглядит традиционно «по-французски». Всё это вместе формирует запоминающуюся айдентика института (рис. 6).

По приведённым примерам можно судить о значимости образов архитектуры,

предметно-пространственной среды и визуального наполнения в формировании айдентики университетов. Важную роль играет цвет как часть университетской среды и значительный эмоционально-психологический фактор, имеющий влияние как на настроение участников образовательного процесса, так и на восприятие среды и пространства в целом, позволяющий «управлять» активностью, мотивированностью и креативностью находящихся в учебном пространстве людей.

² Французский институт моды в Париже [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ifmparis.fr/en/institute> (23.06.2021).

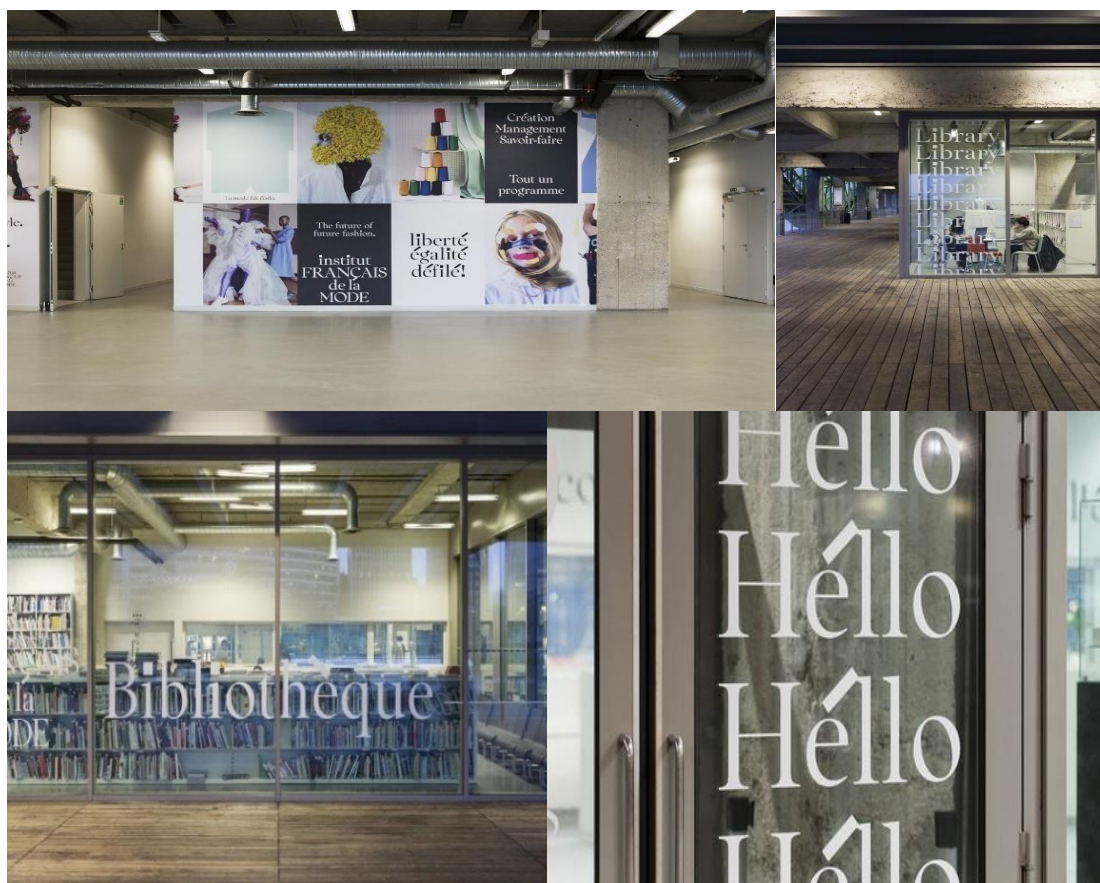


Рис. 6. Французский институт моды в Париже

2. ИРНТУ: экспертная оценка предметно-пространственной среды, форм и способов её эксплуатации

В настоящее время в пространстве ИРНТУ происходят существенные преобразования, напрямую связанные с визуальным изменением среды, оснащением новой мебелью и оборудованием, в процессе чего помещения корпуса на ул. 4-й Железнодорожной «наполнились воздухом», а в глав-

ном здании университета стены заиграли стильными и яркими сочетаниями цветов. Для определения влияния предметно-пространственной среды университета и корпуса МЖД и дизайна в частности на образовательный процесс, коммуникацию и творческое развитие студентов проведён анкетный опрос обучающихся, результаты которого отражены в таблицах 1, 2.

Таблица 1. Анкетный опрос

	Вопросы	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Эксперт 5	Эксперт 6	Эксперт 7
1	Как Вы относитесь к изменениям предметно-пространственной среды/интерьеров ИРНТУ: –главный корпус; –корпус на 4-ой Железнодорожной.	Положительно.	Основной корпус: изменений не заметила, так как практически в нём не бываю. Корпус на 4-ой Железнодорожной: сами изменения хороши, но то, каким образом они сделаны,	Новый коворкинг выглядит очень стильно и современно, приятно находиться там. Обновлённый интерьер корпуса на 4-ой Железнодорожной совершенено не мотивирует учащихся там студентов-дизайнеров	Нейтрально. Интерьер не обладает ярко выраженным характером и стилем и не производит какого-либо определённого впечатления, однообразный и посредственный.	Лучше, чище, чем было.	Положительно по обоим аспектам.

Продолжение табл. 1

			очень отталкивает. Корпус стал бездушным, однотипным.	и художников на творчество. Серые стены в корпусе искусства... Очень странно.			
2	Какие изменения в пространстве вуза повлияли на Вас, на Вашу оценку имиджа ИРНИТУ?	Использование стильных цветовых решений.	Каких-либо значимых изменений, которые повлияли на мнение, не заметила.	Влияние, наверное, нейтральное. Не восхищает и не раздражает.	Корпус на 4-ой Железнодорожной до ремонта внушал более творческую атмосферу за счёт большого количества работ студентов, картин и фресок, с их отсутствием или минимальным количеством корпус стал для меня обыденным.	Покраска стен в серый цвет, отбивает желание на практическую деятельность, когда видели макеты на стенах, картины и прочие вкр, было интереснее изучать учебный процесс и стремиться к лучшему.	Были приняты малые изменения, которые никаким образом не повлияли политех в лучшую сторону.
3	Как Вы относитесь к появлению активного цвета в коридорах ИРНИТУ?	Отлично.	Положительно.	Если имеется в виду синий цвет, то считаю, что внедрение основного цвета имиджа политеха в интерьер хороший ход. Синий цвет успокаивает и положительно влияет на людей.	Оформление стен яркой мозаикой выглядит органично и добавляет индивидуальности пространству. Композиции выглядят динамично, броско, но не перегружают пространство и не давят. Активный сплошной цвет на лестничных блоках выглядит агрессивно. Выбор цветов, на мой взгляд, неоправданный.	Появился цвет в коридорах института в главном корпусе, стало интереснее и ярче, сразу выделяется кафедра.	Положительно.
4	Где в университете Вы готовитесь к практическим занятиям, семинарам?	В аудитории.	Корпус на 4-ой Железнодорожной: нет ни единого места, где можно было бы подготовиться к занятиям. Либо неудобные кресла в людных коридорах, либо людный буфет, что ещё хуже.	Думаю, в главном корпусе студенты готовятся в библиотеке и в коворкинге. В нашем корпусе просто в аудиториях.	Нигде.	На подоконнике.	Кабинеты, другой корпус.
5	Где в университете Вы встречаетесь и общаетесь с друзьями, обсуждаете новости?	На курилке.	В основном в аудитории, так как в корпусе на 4-ой Железнодорожной нет удобных мест в коридорах.	В коридорах, буфете, в курилке у входа.	Кафетерий, коридоры, аудитории.	Подоконник, стоя в буфете.	Аудитории, коридоры.

Продолжение табл. 1

6	Какие элементы айдентики ИРНТУ Вы выделяете в качестве наиболее значимых?	Синий цвет.	Графический знак.	Думаю, самый узнаваемый и важный в политике это его логотип.	Цвет и графика, сайт.	Элементов айдентики нет, на сайте ИРНТУ и в виде печатной продукции в профкоме.	Цвет, логотип.
7	Чего, на Ваш взгляд, не хватает в интерьерах современной образовательной среды ИРНТУ?	Синего цвета.	Сидений.	Не хватает больше рекреационных зон. Например, с креслами-мешками, диванами и столами. Например, в холле, там есть вообще негде.	Единства, оригинальности, современности.	Не хватает имиджа университета.	Современного понимания и переосмысления интерьера. Цветов, навигации.
8	Чего, на Ваш взгляд, не хватает в системе айдентики и навигации современной образовательной среды ИРНТУ?	Указателей и цветных дорожек.	В главном корпусе не хватает указателей. Там легко заблудиться. В корпусе на 4-ой Железнодорожной не хватает разделения между входной зоной и коридорами.	Надо придумать хорошую, понятную карту аудиторий и корпусов.	Вариативности.	Таблички, направляющие к институтам, не только на входе в сам институт, найти невозможно эти корпуса и кабинеты.	На данный момент в этих сферах почти ничего и нет.
9	Хотите ли Вы внести свой вклад в развитие университетской среды, какой?	Добавить больше синего цвета.	Нет.	Предложение идей, как сделать обучение и работу в корпусе более комфортными.	Нет.	Нет.	Создание навигационной и цветовой системы.

Таблица 2. Анкетный опрос

	Вопросы	Эксперт 8	Эксперт 9	Эксперт 10	Эксперт 11	Эксперт 12
1	Как Вы относитесь к изменениям предметно-пространственной среды/интерьеров ИРНТУ: – главный корпус; – корпус на 4-ой Железнодорожной.	Больше положительно, чем отрицательно.	Отношусь очень положительно, потому что среда, в которой мы работаем/учимся, очень влияет на настроение и самочувствие.	Положительно.	Главный корпус: положительно. Стало ярко и стильно. Корпус МЖД и дизайна: стало явно лучше и приятнее, чем было, но не хватает яркости и креатива. Какой-то «творческой» наполняющей.	Хорошо.
2	Какие изменения в пространстве вуза повлияли на Вас, на Вашу оценку имиджа ИРНТУ?	Двери стали прозрачные.	По корпусу МЖД и дизайна (его улучшения) могу сказать, что довольно приятно стало находиться там: светлые	Создание коворкинг-центров, современный интерьер.	Появление коворкингов, удобной для занятий и общения кофейни в главном корпусе.	Стало приятнее находиться в помещениях. Стильные цвета вдохновляют на создание

Продолжение табл. 2

			тона, стеклянные двери – очень современно и в таком пространстве легче находиться.			стильных вещей.
3	Как Вы относитесь к появлению активного цвета в коридорах ИРНИТУ?	Не заметил.	Смотря, какой цвет. Например, к ярко-синему (да и вообще к холодным цветам) можно пристроиться, но не к «кричащим» цветам (красный, оранжевый, жёлтый), будет отвлекать и ускорять утомляемость.	Положительно.	Положительно.	Положительно.
4	Где в университете Вы готовитесь к практическим занятиям, семинарам?	В аудитории	В свободных кабинетах или местах, где есть сидения. В коридоре чаще всего, но было бы, правда, удобно, если бы были такие места самоподготовки (столики, стулья, розетки, доступ в интернет).	В нашем случае в аудиториях или вне вуза.	Главный корпус или вне вуза.	Нигде.
5	Где в университете Вы встречаетесь и общаетесь с друзьями, обсуждаете новости?	Нигде.	В коридорах.	В аудиториях, в буфете, в коридорах.	Во дворе, стоя в буфете.	В аудитории.
6	Какие элементы айдентики ИРНИТУ Вы выделяете в качестве наиболее значимых?	Логотип	Логотип ИРНИТУ, синие тона.	Синяя «и» в логотипе вуза.	Логотип.	Логотип.
7	Чего, на Ваш взгляд, не хватает в интерьерах современной образовательной среды ИРНИТУ?	Больше цвета.	Мест отдыха, мест самоподготовки. Приятного, успокаивающего дизайна, настраивающего на учёбу, креатив.	Мест для отдыха как внутри вуза, так и снаружи.	Цветов, рекреационных зон, зон для подготовки к занятиям.	Креатива.
8	Чего, на Ваш взгляд, не хватает в системе айдентики и навигации современной образовательной среды ИРНИТУ?	Навигации как таковой. Карт, схем, указателей.	Навигации в целом.	Затрудняюсь ответить.	Навигации (в главном корпусе она особенно нужна), единства (айдентика институтов никак не согласуется и не перекликается друг с другом и с основным стилем вуза).	Указателей, носителей айдентики.
9	Хотите ли Вы внести свой вклад в развитие университетской среды, какой?	Сомневаюсь.	Пока что нет, в будущем.	Было бы здорово организовать места для отдыха.	Да. Организация зон отдыха и работы в корпусе МЖД и дизайна.	Да. Но пока не знаю, что именно.

3. Результаты

В результате проведения анкетирования обучающихся и анализа опыта создания стильной, креативной университетской среды, влияющей на формирование корпоративной идентичности, можно выделить следующие ключевые позиции:

1) предметно-пространственная среда учебного заведения – немаловажная составляющая образования и формирования коммуникативных и профессиональных навыков студентов. Зачастую аудитории, кафедры, библиотеки и другие элементы учебной среды не предоставляют возможности для полноценного профессионального развития. Учебные аудитории нередко только частично удовлетворяют потребности студентов в оснащённом, трансформируемом пространстве, позволяющем полноценно вникать в учебный процесс [10];

2) отдельные студенты ИРНИТУ считают, что учебное пространство недостаточно учитывает их потребности и не создаёт уютной рабочей среды. А это является значимым фактом их профессионального станов-

ления, воспитывает вкус, аккуратность и мотивирует к продолжению обучения в вузе;

3) за последний год пространство корпуса МЖД и дизайна претерпело существенные изменения в части визуального наполнения и организации мест для взаимодействия и неформального общения студентов и преподавателей. Большая часть обучающихся положительно отзывается об изменениях, произошедших в вузе. Это позитивно влияет на восприятие университетской среды и отношение к университету.

Многие студенты предпочитают обучаться в обособленном корпусе, более уютном, «домашнем», а теперь ещё и более «приятном для глаз». Факт того, что пространство корпуса стало визуально больше, чище и приятнее, отмечают все опрошенные. Но некоторым пришлось не по душе «серость», «безликость» и «пустота». Также, по мнению студентов, ещё не хватает ряда элементов, улучшающих учебный процесс: мест коммуникации и отдыха, рабочих пространств с доступом к электроэнергии и интернету (рис. 7).

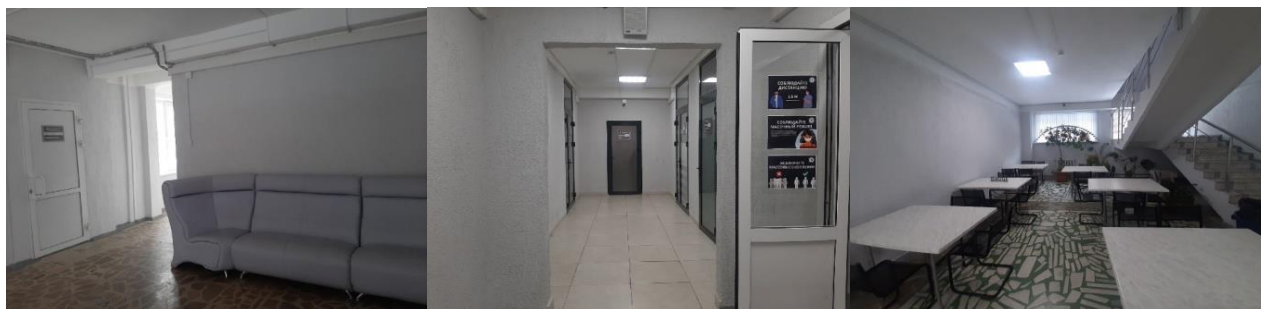


Рис. 7. Учебный корпус МЖД и дизайна ИРНИТУ

Не все аудитории оснащены достаточным количеством розеток и не приспособлены для того, чтобы в их пространстве можно было бы удобно заниматься. Необходимо грамотно доработать среду корпуса, обустроить рабочими поверхностями, удобными местами для сидения, обеспечить доступ к компьютерам и зарядным устройствам. Отличным решением этой проблемы в главном корпусе являются несколько стильных и просторных коворкингов.

Аналогичная ситуация складывается в оценке мест общения студентов, что согласуется с исследованием позитивно и негативно воспринимаемых мест в университете. Как правило, в категории положительно воспринимаемых мест наибольшее предпочтение получают личностно-ориентированные места. Буфет и двор так-

же значимы для студентов, но эстетика и санитарное состояние этих мест нередко приводят к негативному их восприятию.

С учётом того, что вузы вынуждены конкурировать за время и внимание студентов с другими сферами их жизни (друзья, работа, бытовые нужды), актуальной оказывается необходимость организации образовательной среды таким образом, чтобы она становилась местом для неформального общения, социальным пространством для поддержки студенческого сообщества, обеспечивающим интересное и активное проживание в пределах университетской инфраструктуры.

Отдельные результаты обследования положены в основу проектных разработок по дизайну среды ИРНИТУ, формированию его идентичности.

Например, разработка благоустройства среды учебного корпуса МЖД и дизайна ИРНТУ на ул. 4-й Железнодорожной. Проект сочетает в себе элементы современно-

сти и экологичности, «серость» архитектуры «растворяется» в стильных и «живых» конструкциях (рис. 8).



Рис. 8. Проект благоустройства учебного корпуса МЖД и дизайна ИРНТУ (вариант 1)

Если этот проект предполагает нюансное внедрение в существующую среду, то следующая разработка этого же автора разыгрывает тему контрастов, встраивается в среду и формирует уникальную айдентику

ИРНТУ, возможность продемонстрировать самобытность корпоративного дизайна, позиционировать университет как смелый молодёжный бренд (рис. 9).

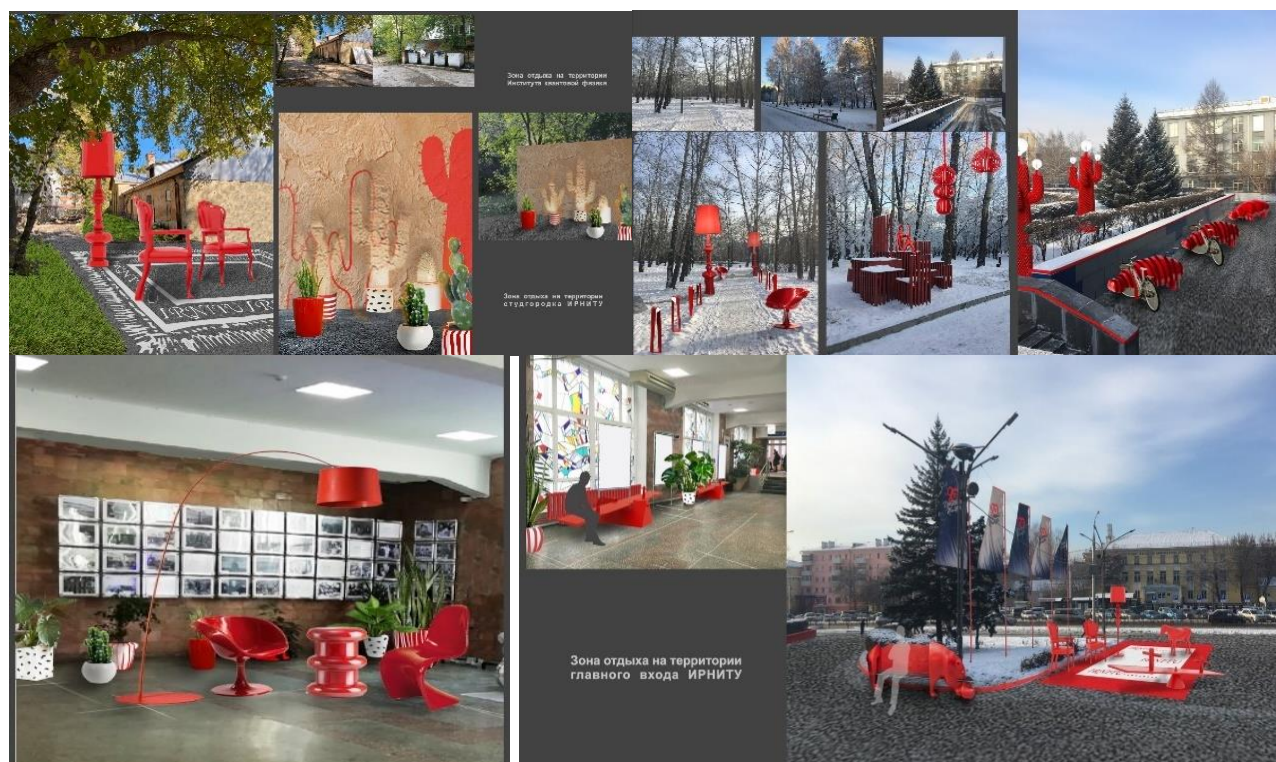


Рис. 9. Проект благоустройства учебного корпуса МЖД и дизайна ИРНТУ (вариант 2)

Заключение

Корпоративная идентичность является неотъемлемой частью всех образовательных учреждений, если они хотят вести достойную борьбу за абитуриентов, разви-

ваться, следовать за собственным имиджем. Уникальная айдентика значительно усиливает эффективность коммуникации, выделяет организацию на фоне конкурентов. Поскольку эта борьба за внимание бесконечна,

выбор правильного визуального общения с целевой аудиторией становится особенно важным, помогает сформировать позитив-

ный имидж вуза и знакомит потенциальных абитуриентов и «потребителей» образовательных услуг с университетом.

Библиографический список

1. Щербакова Т.Н. Влияние эстетики образовательной среды на развитие творческих способностей учащихся // Актуальные задачи педагогики: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2013 г.). Чита, 2013. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archiv/e/67/3465/> (08.05.2021).

2. Пятнов П.В. Образовательное пространство России: первые учебные заведения. Очерк о формировании образовательного пространства России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2012. № 3. С. 107–116. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnoe-prostranstvo-rossii-pervye-uchebnye-zavedeniya-ocherk-o-formirovanii-obrazovatel'nogo-prostranstva-rossii> (10.05.2021).

3. Бровкин А.В. Проблемы современной российской системы высшего образования и пути их решения в интересах всех участников образовательного процесса: часть 1 // Современное образование. 2018. № 1. С. 1–10.

4. Бровкин А.В. Проблемы современной российской системы высшего образования и пути их решения в интересах всех участников об-

разовательного процесса: часть 2 // Современное образование. 2018. № 2. С. 1–8.

5. Будущее высшего образования и академической профессии: страны БРИК и США / под ред. Ф. Альтбаха, Г. Андруцака, Я. Кузьмина, М. Юдкевич, Л. Райзберг. М.: ВШЭ, 2013. 247 с.

6. Чернова О.В. Проектирование образовательной среды. Екатеринбург: Рос. гос. проф.-пед. ун-т, 2006. 93 с.

7. Дизайн образовательных пространств // Московский городской университет [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mgpu.ru/dizajn-obrazovatelnyh-prostranstv/> (08.05.2021).

8. Университет Иннополис [Электронный ресурс]. URL: <https://innopolis.ru/resident/education/in-nopolis-university/> (08.05.2021).

9. Ясвин В.А. Образовательная среда: от моделирования к проектированию. М.: Смысл, 2001. 366 с.

10. Мартынов В. Рывок невозможен, если университеты не станут центром инноваций // Хайтек [Электронный ресурс]. URL: http://hightech.fm/2016/03/15/vlad_martynov3 (08.05.2021).

Сведения об авторах / Information about the Authors

Шаманова Ирина Алексеевна, студентка группы ДИБ-17, Институт архитектуры, строительства и дизайна, Иркутский национальный исследовательский технический университет, 664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83, Российская Федерация, e-mail: ilo.milo1279@gmail.com

Irina A. Shamanova, Student, Institute of Architecture, Construction and Design, Irkutsk National Research Technical University, 83 Lermontov Str., Irkutsk, 664074, Russian Federation, e-mail: ilo.milo1279@gmail.com

Железняк Ольга Евгеньевна, кандидат искусствоведения, профессор кафедры монументально-декоративной живописи и дизайна им. В.Г. Смагина, Институт архитектуры, строительства и дизайна, Иркутский национальный исследовательский технический университет, 664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83, Российская Федерация, e-mail: olgaej1@yandex.ru

Olga E. Zheleznyak, Cand. Sci. (Study of Art), Professor of Monumental and Decorative Painting and Design Department named after V.G.Smagina, Institute of Architecture, Construction and Design, Irkutsk National Research Technical University, 83 Lermontov Str., Irkutsk, 664074, Russian Federation, e-mail: olgaej1@yandex.ru