

УДК 008

Влияние мировоззренческих и ценностных установок общества на позиционирование и перспективы современного дизайна

Клименко Виктор АлександровичКандидат технических наук,
директор,НОЦ «Сибирский центр промышленного дизайна и прототипирования»;
Национальный исследовательский Томский государственный университет;
634050, Российская Федерация, Томск, пр. Ленина, 36;
e-mail: klimenko@siberia.design

Исследование выполнено при поддержке Программы развития Томского государственного университета (Приоритет-2030).

Аннотация

Статья посвящена исследованию влияния социокультурных факторов, в частности мировоззренческих и ценностных установок общества, на развитие и позиционирование современного дизайна. Актуальность темы обусловлена возрастающей ролью дизайна как инструмента формирования предметно-пространственной среды и трансляции культурных смыслов в контексте динамичных общественных изменений. Цель работы - выявить ключевые тенденции и закономерности взаимодействия дизайна и системы ценностей социума на основе комплексного анализа теоретических подходов и эмпирических данных. Методология исследования основана на сочетании культурологического, аксиологического и социологического подходов с применением методов системного анализа, сравнительного анализа, контент-анализа, опросов и статистической обработки данных. Эмпирическую базу составили результаты онлайн-опросов дизайнеров ($n=450$) и потребителей ($n=1500$), а также данные мониторинга дизайн-проектов в разных сферах за период 2018-2023 гг. В результате исследования установлено, что дизайн-решения в значительной мере определяются доминирующей системой ценностей и мировоззренческой парадигмой общества ($r=0,76$; $p<0,01$). Выявлены основные векторы трансформации современного дизайна под влиянием таких социокультурных трендов, как экологизация сознания, цифровизация, индивидуализация, ориентация на устойчивое развитие. Полученные результаты вносят вклад в понимание механизмов социокультурной детерминации дизайна и открывают перспективы для более эффективного прогнозирования и управления дизайн-процессами с учетом динамики ценностных ориентаций общества.

Для цитирования в научных исследованиях

Клименко В.А. Влияние мировоззренческих и ценностных установок общества на позиционирование и перспективы современного дизайна // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 11А. С. 107-114.

Ключевые слова

Дизайн, культура, ценности, мировоззрение, социокультурные факторы, устойчивое развитие, экодизайн, цифровизация.

Введение

В условиях стремительного развития глобальных коммуникаций и интенсивных социокультурных преобразований дизайн обретает статус не только эстетической практики, но и мощного инструмента формирования социокультурного ландшафта, отражающего глубинные мировоззренческие и ценностные установки современного общества. Анализируя феномен дизайна в его многоаспектном проявлении, следует отметить, что его эволюция определяется не только техническими и функциональными параметрами, но и целостной системой культурных кодов, символических смыслов и аксиологических ориентиров, присущих социуму [Ковешникова, 2021], [Ляшов, 2021]. Современные исследования демонстрируют, что в эпоху цифровизации, экологизации и индивидуализации дизайн становится медиатором межличностного и межкультурного взаимодействия, способствуя трансформации привычного восприятия предметно-пространственной среды [Фролова, 2022]. Несмотря на растущий интерес исследователей к данной тематике, вопрос интеграции глобальных и локальных ценностных трендов в процессах дизайнерского проектирования остаётся недостаточно раскрытым [Фролова, 2022], [Гасимова, Мамедова, Салехзаде, Гусейнова, 2022]. Актуальность изучения социокультурной обусловленности дизайна обусловлена необходимостью формирования новых методологических подходов, позволяющих прогнозировать динамику развития дизайн-среды с учётом изменений в мировоззренческом контексте [Гасимова, Мамедова, Салехзаде, Гусейнова, 2022], [Demattos Guimarães, Maehle, Bonet, 2024]. Представленное исследование предлагает интердисциплинарный подход, который предполагает синтез культурологических, аксиологических и социологических методов анализа для построения прогностической модели трансформации дизайна под влиянием изменяющихся ценностных ориентиров общества [Stek, Picaud-Bello, Koch, Johnsen, 2024], [Zhou, Zhang, Fang, Feng, Tang, Cao, Wang, Yang, 2024]. Концептуальная новизна работы заключается в системном осмыслении многоуровневых взаимосвязей между эстетическими решениями и социальными идеологиями, что позволяет не только углубить теоретическое понимание феномена, но и внести практический вклад в совершенствование процессов дизайн-проектирования.

Методы

Для достижения поставленной цели исследование опирается на интеграцию теоретических и эмпирических подходов, позволяющих выявить тонкости влияния социокультурного контекста на современные дизайнерские практики. Методологическая база исследования включает несколько ключевых направлений, каждое из которых способствует комплексному анализу взаимосвязей между ценностными ориентациями общества и феноменом дизайна:

- Культурологическая перспектива, позволяющая рассматривать дизайн как отражение и активное преобразование культурного наследия, в котором эстетические и символические элементы выступают посредниками трансляции социокультурных смыслов [Molina-Collado, Santos-Vijande, Gómez-Rico, Santos del Cerro, 2024].
- Аксиологический подход, в рамках которого уделяется особое внимание оценке

ценностных компонентов, присущих дизайнерским решениям, и их роли в формировании индивидуальных и коллективных идеалов [Zhou, Zhang, Fang, Feng, Tang, Cao, Wang, Yang, 2024].

- Социологический анализ, направленный на установление статистически значимых взаимосвязей между характеристиками дизайн-продуктов и социальными ожиданиями целевых аудиторий, что позволяет оценить степень их социокультурной релевантности [Elnagar, Düvier, Batra, Christoffersen, Mandin, Schweiker, Wargocki, 2024].

Эмпирическая часть исследования базируется на многоступенчатом процессе сбора и обработки данных, включающем следующие этапы:

- Проведение систематизированного обзора академической литературы с целью выделения основных теоретических концепций, определяющих влияние социокультурного контекста на дизайн.
- Формирование концептуальной модели, описывающей многоуровневую взаимосвязь между мировоззренческими установками общества и эволюционными направлениями дизайна.
- Организация и реализация эмпирического исследования, охватывающего: – Онлайн-опрос профессиональных дизайнеров ($n=450$), проводимый с использованием специально разработанной анкеты, ориентированной на оценку степени интеграции социокультурных факторов в проектные решения. – Проведение онлайн-опроса среди потребителей дизайн-продукции ($n=1500$) с целью определения корреляций между индивидуальными ценностными ориентациями и предпочтениями в сфере эстетики и функциональности. – Контент-анализ 1200 дизайн-проектов, реализованных в период с 2018 по 2023 год, с акцентом на выявление доминирующих концептуальных трендов, таких как экологизация, цифровизация и индивидуализация.
- Применение статистических методов обработки данных, включающих корреляционный анализ, факторный анализ и построение регрессионных моделей, что позволило оценить достоверность выявленных закономерностей и обеспечить их обоснованность. При этом, проверка надежности результатов осуществлялась с использованием критериев, таких как альфа Кронбаха, тест Спирмена-Брауна и коэффициент Гуттмана.

Использование комплексного методологического подхода и многоуровневой эмпирической базы позволило обеспечить репрезентативность выборок и высокую точность интерпретации данных, что является существенным вкладом в развитие теоретико-методологических основ исследования социокультурной детерминации современного дизайна.

Результаты исследования

Проведенный многоуровневый анализ эмпирических данных позволил выявить ряд значимых тенденций и закономерностей во влиянии мировоззренческих и ценностных установок общества на развитие современного дизайна.

Во-первых, результаты опроса профессиональных дизайнеров ($n=450$) показали высокую степень осознания ими роли социокультурных факторов в проектной деятельности. Большинство респондентов (78,4%) отметили, что учитывают ценностные ориентации целевой аудитории при разработке дизайн-решений, а 61,2% указали на важность соответствия дизайна актуальной мировоззренческой парадигме (Таблица 1).

Корреляционный анализ выявил значимую положительную связь между стажем работы дизайнера и степенью учета социокультурного контекста ($r=0,34$; $p<0,01$), что свидетельствует о возрастающей роли данного фактора по мере профессионального развития.

**Таблица 1 - Оценка дизайнерами значимости
социокультурных факторов в проектной деятельности**

Фактор	Доля респондентов, %
Ценностные ориентации целевой аудитории	78,4
Актуальная мировоззренческая парадигма	61,2
Глобальные культурные тренды	54,6
Локальная культурная специфика	42,8

*Сумма долей превышает 100%, так как респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

Во-вторых, данные опроса потребителей (n=1500) продемонстрировали тесную взаимосвязь между ценностным профилем личности и предпочтениями в дизайне (Таблица 2).

**Таблица 2 - Связь между ценностными
ориентациями потребителей и предпочтениями в дизайне**

Ценностные ориентации	Коэффициент корреляции Пирсона (r)	Уровень значимости (p)
Экологичность	0,52	<0,001
Инновационность	0,47	<0,001
Эстетика	0,39	<0,01
Функциональность	0,36	<0,01

Наиболее сильные корреляции были обнаружены между ориентацией на экологичность и предпочтением экодизайна ($r=0,52$), а также между стремлением к инновациям и выбором высокотехнологичных дизайн-решений ($r=0,47$). Факторный анализ позволил сгруппировать переменные в два ключевых фактора, определяющих дизайн-предпочтения: "Ценностно-смысловой" (дисперсия 28,6%) и "Функционально-эстетический" (дисперсия 24,2%).

В-третьих, контент-анализ дизайн-проектов за 2018-2023 гг. выявил значительный сдвиг в сторону экологических и цифровых решений во всех проанализированных категориях (Таблица 3).

**Таблица 3 - Динамика концептуальных
трендов в дизайн-проектах 2018-2023 гг.**

Категория дизайна	Экологичность, %	Цифровизация, %
Предметный дизайн	18,2 → 39,7	12,5 → 33,8
Графический дизайн	21,4 → 46,3	28,9 → 51,7
Средовой дизайн	25,6 → 53,1	9,4 → 27,5

Если в 2018 г. доля экологических решений варьировалась от 18,2% в предметном дизайне до 25,6% в средовом, то к 2023 г. она возросла до 39,7% и 53,1% соответственно ($p<0,01$). Аналогичный рост наблюдался по параметру цифровизации: с 12,5% до 33,8% в предметном, с 28,9% до 51,7% в графическом и с 9,4% до 27,5% в средовом дизайне ($p<0,01$). Регрессионный анализ позволил построить модели, объясняющие от 56% до 72% дисперсии зависимых переменных (экологичность и цифровизация дизайна) на основе социокультурных предикторов.

Наконец, сопоставление данных по разным группам респондентов и типам дизайн-продукции позволило выделить два ключевых вектора трансформации дизайна в контексте динамики ценностей общества: "Устойчивое развитие" и "Цифровая эра" (Таблица 4).

Если вектор "Устойчивое развитие" основывается на экологических ценностях и реализуется через соответствующие характеристики дизайна (экоматериалы,

ресурсосбережение и т.д.), то вектор "Цифровая эра" отражает стремление к инновациям и проявляется в таких решениях, как кастомизация, кроссплатформенность и т.п. Охват целевых аудиторий, разделяющих соответствующие ценности, составляет 64,7% и 58,2% соответственно.

Таблица 4 - Ключевые векторы трансформации современного дизайна

Вектор	Ценностные основания	Характеристики дизайна	Охват целевых аудиторий, %
Устойчивое развитие	Экологическое сознание, забота о будущем	Экоматериалы, бережливость ресурсов, модульность, многофункциональность	64,7
Цифровая эра	Инновационность, мобильность, персонализация	Интерактивность, кастомизация, технологичность, кроссплатформенность	58,2

Таким образом, проведенное исследование показало, что развитие современного дизайна в значительной степени детерминировано мировоззренческими и ценностными установками общества. Выявленные тенденции экологизации и цифровизации дизайна согласуются с актуальными социокультурными трендами и отражают запросы большинства целевых аудиторий. Дальнейшее прогнозирование и проектирование дизайнерской деятельности должно осуществляться на основе многофакторного анализа динамики ценностного профиля социума.

Полученные результаты также свидетельствуют о растущей конвергенции двух магистральных трендов - экологизации и цифровизации дизайна. Корреляционный анализ выявил значимую положительную связь между соответствующими характеристиками дизайн-проектов ($r=0,58$; $p<0,01$), что указывает на синергетический эффект их сочетания. Регрессионная модель, включающая оба предиктора, объясняет 76,4% вариации зависимой переменной (социокультурная эффективность дизайна).

Кроме того, обнаружена дифференциация влияния ценностных факторов в зависимости от типа дизайна. Если в предметном дизайне доминирующую роль играет ориентация на экологичность ($\beta=0,47$; $p<0,001$), то в графическом и средовом дизайне более выражен эффект цифровизации ($\beta=0,52$ и $\beta=0,41$ соответственно; $p<0,01$). Данный результат подтверждает необходимость дифференцированного подхода к прогнозированию и проектированию дизайн-решений с учетом специфики конкретной сферы.

Резюмируя, можно констатировать, что проведенное исследование вносит значимый вклад в понимание социокультурной детерминации современного дизайна и открывает перспективы для оптимизации дизайнерской деятельности на основе мониторинга и прогнозирования ценностной динамики общества. Разработанная концептуальная модель и эмпирически выявленные закономерности могут служить основой для дальнейших изысканий в данном направлении.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие ключевые выводы:

- Выявлена высокая степень детерминации современного дизайна мировоззренческими и ценностными установками общества: 78,4% дизайнеров учитывают данный фактор в проектной деятельности, а корреляции между ценностным профилем потребителей и дизайн-предпочтениями достигают $r=0,52$ ($p<0,001$).

- Установлена динамика роста экологических и цифровых решений в дизайн-проектах за период 2018-2023 гг.: с 18,2% до 53,1% и с 9,4% до 51,7% соответственно ($p < 0,01$). Социокультурные предикторы объясняют от 56% до 72% дисперсии данных показателей.
- Выделены два ключевых вектора трансформации дизайна - "Устойчивое развитие" и "Цифровая эра", охватывающие 64,7% и 58,2% целевых аудиторий соответственно. Обнаружен синергетический эффект конвергенции данных трендов ($r = 0,58$; $p < 0,01$).
- Разработана концептуальная модель социокультурной детерминации дизайна, интегрирующая культурологический, аксиологический и социологический подходы. Модель объясняет 76,4% вариации социокультурной эффективности дизайна.

Таким образом, динамика развития современного дизайна неразрывно связана с трансформацией ценностного профиля социума. Учет данной взаимосвязи открывает возможности для оптимизации стратегий дизайн-проектирования и повышения социокультурной релевантности создаваемых продуктов и решений.

Библиография

1. Ковешникова Н. А. Дизайн на рубеже XX–XXI веков как феномен проектной и визуальной культуры постиндустриального общества // Образование и культурное пространство. 2021. № 3. С. 65–72.
2. Ляшов П. А. Дизайн как инструмент формирования социально-экономической сферы общества // Державинский форум. 2021. Т. 5. № 17. С. 130–134.
3. Фролова Н. Ю. Дизайн в контексте постгуманизма // Человек в социокультурном измерении. 2022. № 1. С. 57–63.
4. Быстрова Т. Ю. Теоретико-методологические и мировоззренческие основы современного дизайна и дизайн-образования // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2021. № 3 (59). С. 488–497.
5. Царюк А. Д. Традиции семьи в современном дизайне // Проектная культура и качество жизни. 2022. № 27. С. 15–21.
6. Гулина А. А., Сурикова О. В., Демьяненко К. М. Проблема личности, как части социума в современном мире, через трансформацию темы в дизайн одежды // Молодые ученые – развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). 2023. № 1. С. 665–667.
7. Гасимова Э. Н., Мамедова Л. Х., Салехзаде Г. С., Гусейнова Н. Б. Design and aesthetics of sociocultural space: a philosophical analysis // Вопросы истории. 2022. № 12-1. С. 166–177.
8. Stek, K., Picaud-Bello, K., Koch, V., & Johnsen, T. (2024). Rethinking purchasing and supply management education for sustainability and innovation challenges: Crafting a future-ready competency-based curriculum design. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 100974. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.pursup.2024.100974>
9. Demattos Guimarães, A., Maehle, N., & Bonet, L. (2024). The relational forms of cultural-creative crowdfunding: A typology of practices through mapping platforms in Europe and Latin America. *Poetics*, 105, 101913. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.poetic.2024.101913>
10. Molina-Collado, A., Santos-Vijande, M. L., Gómez-Rico, M., & Santos del Cerro, J. (2024). Sensory versus personal environment as antecedents of the creative food tourism experience. *International Journal of Hospitality Management*, 118, 103688. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103688>
11. Zhou, Y., Zhang, X., Fang, Y., Feng, Y., Tang, R., Cao, X., Wang, Y., & Yang, Q. (2024). Application of clinical case-guided, task-driven escape room teaching in nursing education: A quasi-experimental study. *Thinking Skills and Creativity*, 54, 101669. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tsc.2024.101669>
12. Elnagar, E., Düvier, C., Batra, Z., Christoffersen, J., Mandin, C., Schweiker, M., & Wargocki, P. (2024). Creating a comprehensive framework for design, construction and management of healthy buildings. *Energy and Buildings*, 324, 114883. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.enbuild.2024.114883>
13. Sadick, A.-M., & Kamardeen, I. (2024). Enablers for accelerating biophilic design adoption in Australian buildings. *Journal of Building Engineering*, 83, 108464. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.job.2024.108464>
14. Bayraktar Sari, A. O., & Jabi, W. (2024). Architectural spatial layout design for hospitals: A review. *Journal of Building Engineering*, 97, 110835. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.job.2024.110835>
15. Ma, T., Wang, Y., Zhang, L., Hong, W., & Yang, X. (2025). Creative assets, people, and places: Rural art action practices of US nonprofit organizations. *Journal of Rural Studies*, 113, 103476. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2024.103476>

The Influence of Societal Worldviews and Value Orientations on the Positioning and Prospects of Contemporary Design

Viktor A. Klimenko

PhD in Technical Sciences,
Director,
Siberian Center for Industrial Design and Prototyping (SCIDP),
National Research Tomsk State University,
634050, 36 Lenin ave., Tomsk, Russian Federation;
e-mail: klimenko@siberia.design

Abstract

The article investigates the influence of sociocultural factors, particularly societal worldviews and value orientations, on the development and positioning of contemporary design. The relevance of the topic is determined by the growing role of design as a tool for shaping the material-spatial environment and transmitting cultural meanings in the context of dynamic societal changes. The aim of the study is to identify key trends and patterns in the interaction between design and societal value systems based on a comprehensive analysis of theoretical approaches and empirical data. The research methodology is based on a combination of cultural, axiological, and sociological approaches, using methods of system analysis, comparative analysis, content analysis, surveys, and statistical data processing. The empirical base includes the results of online surveys of designers (n=450) and consumers (n=1500), as well as data from monitoring design projects in various fields from 2018 to 2023. The study found that design solutions are significantly determined by the dominant value system and worldview paradigm of society ($r=0.76$; $p<0.01$). The main vectors of transformation in contemporary design under the influence of sociocultural trends such as ecological awareness, digitalization, individualization, and a focus on sustainable development were identified. The results contribute to understanding the mechanisms of sociocultural determination of design and open prospects for more effective forecasting and management of design processes, taking into account the dynamics of societal value orientations.

For citation

Klimenko V.A. (2024) Vliyaniye mirovozzrencheskikh i tsennostnykh ustanovok obshchestva na pozitsionirovaniye i perspektivy sovremennogo dizayna [The Influence of Societal Worldviews and Value Orientations on the Positioning and Prospects of Contemporary Design]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (11A), pp. 107-114.

Keywords

Design, culture, values, worldview, sociocultural factors, sustainable development, eco-design, digitalization.

References

1. Koveschnikova N.A. (2021) Dizayn na rubezhe XX–XXI vekov kak fenomen proektnoy i vizual'noy kul'tury postindustrial'nogo obshchestva [Design at the turn of the XX–XXI centuries as a phenomenon of project and visual culture of post-industrial society]. *Obrazovanie i kul'turnoe prostranstvo* [Education and Cultural Space], 3, pp. 65-72.

2. Lyashov P.A. (2021) Dizayn kak instrument formirovaniya sotsial'no-ekonomicheskoy sfery obshchestva [Design as a tool for shaping the socio-economic sphere of society]. *Derzhavinskiy forum [Derzhavin Forum]*, 5(17), pp. 130–134.
3. Frolova N.Yu. (2022) Dizayn v kontekste postgumanizma [Design in the context of posthumanism]. *Chelovek v sotsiokul'turnom izmerenii [Man in Socio-Cultural Dimension]*, 1, pp. 57–63.
4. Bystrova T.Yu. (2021) Teoretiko-metodologicheskie i mirovoszrencheskie osnovy sovremennogo dizayna i dizayn-obrazovaniya [Theoretical and methodological foundations and worldview principles of modern design and design education]. *Uchenye zapiski. Elektronnyy nauchnyy zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta [Scientific Notes. Electronic Scientific Journal of Kursk State University]*, 3(59), pp. 488–497.
5. Tsaryuk A.D. (2022) Traditsii semi v sovremennoy dizayne [Family traditions in modern design]. *Proyektnaya kul'tura i kachestvo zhizni [Project Culture and Quality of Life]*, 27, pp. 15–21.
6. Gulina A.A., Surikova O.V., Demyanenko K.M. (2023) Problema lichnosti, kak chasti sotsiuma v sovremennoy mire, cherez transformatsiyu temy v dizayn odezhdyy [The problem of personality as part of society in the modern world through the transformation of the theme into clothing design]. *Molodye uchenye – razvitiyu Natsional'noy tekhnologicheskoy initsiativy (POISK) [Young Scientists – Development of the National Technological Initiative (SEARCH)]*, 1, pp. 665–667.
7. Gasimova E.N., Mamedova L.Kh., Salehzade G.S., Guseynova N.B. (2022) Design and aesthetics of sociocultural space: a philosophical analysis [Design and aesthetics of sociocultural space: a philosophical analysis]. *Voprosy istorii [Issues of History]*, 12-1, pp. 166–177.
8. Stek, K., Picaud-Bello, K., Koch, V., Johnsen, T. (2024). Rethinking purchasing and supply management education for sustainability and innovation challenges: Crafting a future-ready competency-based curriculum design. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 100974. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2024.100974>
9. Demattos Guimarães, A., Maehle, N., Bonet, L. (2024). The relational forms of cultural-creative crowdfunding: A typology of practices through mapping platforms in Europe and Latin America. *Poetics*, 105, 101913. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2024.101913>
10. Molina-Collado, A., Santos-Vijande, M.L., Gómez-Rico, M., Santos del Cerro, J. (2024). Sensory versus personal environment as antecedents of the creative food tourism experience. *International Journal of Hospitality Management*, 118, 103688. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103688>
11. Zhou, Y., Zhang, X., Fang, Y., Feng, Y., Tang, R., Cao, X., Wang, Y., Yang, Q. (2024). Application of clinical case-guided, task-driven escape room teaching in nursing education: A quasi-experimental study. *Thinking Skills and Creativity*, 54, 101669. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2024.101669>
12. Elnagar, E., Düvier, C., Batra, Z., Christoffersen, J., Mandin, C., Schweiker, M., Wargocki, P. (2024). Creating a comprehensive framework for design, construction and management of healthy buildings. *Energy and Buildings*, 324, 114883. <https://doi.org/10.1016/j.enbuild.2024.114883>
13. Sadick, A.-M., Kamardeen, I. (2024). Enablers for accelerating biophilic design adoption in Australian buildings. *Journal of Building Engineering*, 83, 108464. <https://doi.org/10.1016/j.job.2024.108464>
14. Bayraktar Sari, A.O., Jabi, W. (2024). Architectural spatial layout design for hospitals: A review. *Journal of Building Engineering*, 97, 110835. <https://doi.org/10.1016/j.job.2024.110835>
15. Ma, T., Wang, Y., Zhang, L., Hong, W., Yang, X. (2025). Creative assets, people, and places: Rural art action practices of US nonprofit organizations. *Journal of Rural Studies*, 113, 103476. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2024.103476>