

Дизайн упаковки для ювелирной коллекции «Асветнік Скарына»

А. В. Попова, Учреждение образования «Витебский государственный
В. А. Виноградова технологический университет», г. Витебск, Республика Беларусь

Аннотация. В процессе перехода к рыночной экономике возрастает интерес к рекламному позиционированию продукта. Особую роль здесь отводится рекламе ювелирных украшений, которые нуждаются в визуальном продвижении, где особую функцию выполняет упаковка. В рамках современного рынка, товар должен не только не уступать по качеству своим аналогам, он должен выделяться и привлекать внимание потребителя. В связи с этим основной составляющей выгодного позиционирования создаваемой продукции является его внешнее оформление, имеющее креативный визуальный облик. Поэтому при ее разработке требуется индивидуальный подход в плане внешнего оформления. Цель работы – дизайн упаковки для продвижения и продажи коллекции ювелирных украшений, посвященной выдающемуся белорусскому деятелю и гуманисту Франциску Скорине. Исследование посвящено анализу и разработке упаковки, учитывая особенности дизайна, технологию изготовления, материалов, применяемых в производстве ювелирных упаковок, которые будут удовлетворять потребности целевой аудитории. Особенностью проекта является разработка и внедрение уникальных визуальных элементов, таких как эксклюзивные иллюстрации, шрифты, созданные на основе авторских эскизов, что позволит выявить эффективность использования контента в формировании узнаваемого и запоминающегося образа бренда. Методы исследования – анализ, наблюдение и опрос, литературно-обзорный, аналитический, креативный. Результат работы – оригинал-макет упаковки для ювелирной коллекции «Асветнік Скарына», которая предназначена для привлечения новых потребителей, увеличению эффективности продвижения и реализации продукции, а также имеет значимость с точки зрения сохранения и популяризации культурного наследия Беларуси.

Ключевые слова: ювелирная упаковка, крафт, лен, Франциск Скорина, современные тенденции, фирменная графика, шоппер, логотип.

Packaging Design for Jewelry Collection "Asvetnick Skaryna"

Alexandra V. Popova, Educational institution "Vitebsk State Technological University",
Vladislava A. Vinogradova Vitebsk, Republic of Belarus

Abstract. In the process of transition to a market economy, there is an increasing interest in the advertising positioning of the product. A special role here is given to advertising jewelry that needs visual promotion, where packaging performs a special function. Within the framework of the modern market, the product should not only not be inferior in quality to its analogues, it should also stand out and attract the attention of the consumer. In this regard, the main component of the advantageous positioning of the created products is its external design, which has a creative visual appearance. Therefore, when developing it, an individual approach is required in terms of external design. The purpose of the work is to design packaging for the promotion and sale of a jewelry collection dedicated to the outstanding Belarusian humanist Francysk Skaryna. The research is devoted to the analysis and development of packaging, taking into account the design features, manufacturing technology, materials used in the production of jewelry packages that will meet the needs of the target audience. A special feature of the project is the development and implementation of unique visual elements, such as exclusive illustrations, fonts created on the basis of author's

sketches, which will reveal the effectiveness of using content in forming a recognizable and memorable brand image. Research methods include analysis, observation and survey, literary review, analytical and creative methods. The result of the work is the original layout of the packaging for the jewelry collection «Asvetnik Skaryna», which is designed to attract new consumers, increase the effectiveness of product promotion and sale, while preserving and popularizing the cultural heritage of Belarus.

Keywords: jewelry packaging, kraft, linen, Francis Skorina, modern trends, brand graphics, shopper, logo.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного исследования в том, что конкуренция на рынке ювелирных украшений становится все более острой, и привлечение внимания и удержание потенциальных покупателей требует тщательного подхода к созданию брендированных материалов, где упаковка занимает центральное место, от внешнего вида которой зависит примет ли человек решение о покупке товара. Работа, направленная на разработку упаковки для ювелирной коллекции «Асветнік Скарына» и представляет возможность не только выделиться на рынке, но и подчеркнуть историческое наследие. Фигура Франциски Скорины значима в ювелирной сфере, т. к. его имя и творчество связаны с культурными традициями Беларуси, что делает его личность привлекательной для использования в маркетинге и рекламе.

Наиболее подробно вопросы дизайна упаковки раскрыты в работах таких специалистов, как Ларс Валлентин «Продающая упаковка: Первая в мире книга об упаковке как средстве коммуникации», «Креативность требует смелости», Джилс Калвер «What is packaging design?» и Томас Хайн «Тотальная упаковка». Значение упаковки при продвижении торговой марки и требования к ней подробно изучены в трудах Д. А. Аакера, Алекса Випперфюрта, Л. Чернатони, Эла и Лоры Райе, Дж. Траута.

Объектом исследования является упаковка как средство продвижения и продажи ювелирных изделий. Предмет исследования – дизайн упаковки для ювелирной коллекции «Асветнік Скарына». Для разработки дизайна упаковки необходимо провести ряд исследований, используя следующие методы: анализа, наблюдения и опроса, литературно-обзорный, аналитический, креативный.

Цель данной работы состоит в том, чтобы разработать оптимальную по всем параметрам упаковку для ювелирных изделий, которая будет не только функциональной, но и эстетически привлекательной, подчеркивающей уникальность коллекции, посвященной выдающемуся белорусскому деятелю и гуманисту Франциску Скорине.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- ознакомиться с данной товарной категорией и конкурентами;
- изучить аналоги упаковок;

- изучить технологии изготовления упаковок;
- изучить материалы, применяемые в производстве упаковок;
- проанализировать современные тенденции в дизайне упаковки;
- создать логотип, символизирующий личность Франциски Скорины и его вклад в развитие культуры и образования;
- разработать брендинговые элементы, которые помогут идентифицировать и ассоциировать личность Франциски Скорины с определенными ценностями и идеями;
- разработать упаковку для ювелирной коллекции «Асветнік Скарына».

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Предварительным этапом в дизайн-исследовании является определение проблематики. Упаковка ювелирных изделий должна сочетать в себе практическую и функциональную сторону с изысканным, утонченным и привлекательным графическим дизайном. Она должна, в первую очередь, защищать продукт, быть разработанной с особой тщательностью, чтобы сохранить драгоценности в безопасности, давать представление о том, что в ней содержится, и должна соответствовать имиджу бренда [1].

Используя литературно-обзорный и аналитический методы, были выявлены особенности, присущие оформлению и конструкции упаковки для ювелирной коллекции, которые необходимы для исключения выпадения готового дизайна из товарной группы.

Сегодня упаковка – это длительный, материально и энергетически затратный, сложный технологический процесс, в котором задействовано много сторон – от дизайнеров до конвейерных рабочих. Упаковка является как частью процесса производства упаковываемого изделия, так и частью культуры потребления и использования. Рассматривая упаковку как способ донесения товара до потребителя, выделяются основные задачи, которые решает упаковка, с точки зрения основных производственных и потребительских требований, которые могут повлиять на процесс проектирования упаковки, и, следовательно, на ее внешний вид. Это функциональные, экономические, нормативно-законодательные, экологические, культурно-эстетиче-

ские требования к упаковке. Часть этих требований сформировались в процессе становления упаковки, часть относятся к современным требованиям потребителя.

Потребитель сталкивается с товаром, а, соответственно, и с упаковкой, которая предшествует этому товару, в самых различных ситуациях. Чем функциональнее товар и чем многограннее его смысл, тем больше предполагается вариантов его существования в окружающем пространстве.

Говоря о специфике восприятия упаковки, необходимо отметить ее существенное отличие от других видов графического и промышленного дизайна. В первую очередь упаковка – это трехмерный объект, который развивается во времени и пространстве. Этой форме подчиняются все графические элементы и воспринимаются в зависимости от самой формы упаковки, от местоположения упаковки, стоит она на магазинной полке или среди множества других аналогичных упаковок, и от самой динамики процесса – взять коробку, открыть, достать ювелирное изделие. В связи с чем в исследовании выделяются несколько основных этапов восприятия упаковки – восприятие на месте продажи, изучение, процесс открывания и ношения ювелирного изделия.

Кроме того, существует два уровня восприятия упаковки и товара – вербальный (информативный) и невербальный (эмоциональный). Источниками невербальной информации считаются все художественно-выразительные средства, используемые в дизайне упаковки: форма, различные виды изображений, цвет, характер шрифта каждого элемента упаковки и их цельность. Эти средства, которые служат как для донесения текстовой информации, так и для создания определенного образа товара и формирования эмоциональных ожиданий. Правильно подобранные элементы дизайна создают индивидуальный образ товара и выделяют его среди конкурентов. Таким образом, проектирование упаковки, процесс программирования всех уровней ее восприятия. И создавая даже единичный элемент, должна учитываться многогранность восприятия упаковки.

На основе проведенного анализа предлагается определение понятия упаковки, как комплекса объемно-графических элементов, который выполняет следующие задачи: содержание и сохранение товара, транспортировка товара, информирование о содержимом товаре, как за счет непосредственной вербальной информации, так и за счет общего создаваемого имиджа товара – от выбранной концепции упаковки до способов реализации этой концепции, гарантия подлинности и сохранности, создание дополнительной потребительской ценности товара и формирование эмоциональных ожиданий с помощью различных приемов – от расширения функций упа-

ковки до оригинальных дизайнерских решений [2].

Дизайн упаковки включает три компонента: структуру, графику и цвет, с помощью которых передается ценность, значимость ювелирного украшения на визуальном уровне. Структура – это физическая форма упаковки, ее контуры и способность привлечь внимание, способ открывать ее и иметь доступ к содержимому. Форма является важным невербальным средством коммуникации с потребителем, воздействуя на его подсознание и более эффективное средство коммуникации, чем цвет. Графика – это то, что находится на поверхности упаковки. Часто стиль, индивидуальность заключаются в графической концепции, в сочетании цветов, шрифтов, эмблем и всего стиля оформления. Цвет – это элемент дизайна упаковки, вызывающий быструю реакцию потребителя. Он, является самым сильным средством эмоционального воздействия. Существует множество теорий цветового восприятия. Психологи говорят, что восприятие цвета зависит в первую очередь от психологического состояния человека.

Чтобы создать проект упаковки для ювелирной коллекции, используя метод анализа, проведен мониторинг товарной категории и конкурентов: как выглядит упаковка конкурентов, основные цвета, графические элементы, иллюстрации и сообщение, которые используют конкуренты. Также анализ тенденций и стилей упаковки позволил выявить все нюансы данной конкретной категории и создать уникальную упаковку, привлекательную для потребителя и не похожую на других конкурентов [3].

Дальнейшие исследования заключаются в выявлении предпочтений потребителя при выборе товара. Для этого используются методы наблюдения и опроса потребителей. Благодаря этим методам выявлена целевая аудитория, включающая людей, увлеченных историей и культурой древней Беларуси, а также любителей необычных и запоминающихся ювелирных украшений. Такие украшения могут заинтересовать исследователей истории и культуры, коллекционеров артефактов, патриотов и любителей эксклюзивных украшений. Украшения коллекции «Асветнік Скарына» могут привлечь внимание тех, кто ценит оригинальный дизайн, высокое качество и хочет приобрести уникальное изделие с элементами национальной символики и в качественной упаковке.

На следующем этапе определены и разработаны стилистические идентификаторы упаковки – логотип, цветовая гамма, шрифты и графические элементы. Логотип – важная составляющая бренда и его главная задача – создать благоприятный образ, имидж и репутацию [4]. При разработке концепта, заключенного в знак, был использован шрифтовой дизайн, вдохновленные рукописями и печатными

работами Скорины, с уникальными декоративными элементами. Логотип имеет уникальное шрифтовое начертание, простую и понятную форму, но в то же время заключает в себе глубокий смысл и не является сильно строгим и консервативным [5]. Колористическое решение знака и упаковок состоит из следующих цветов: насыщенный красно-коричневый, пудрово-розовый, или цвет морской раковины, бежевый или миндаль крайола. Каждый цвет был подобран с определенной целью и подходит для смыслового значения проекта [6].

Используя креативный метод, было определено, что разрабатываемая упаковка для ювелирной коллекции должна быть индивидуальной, сочетать в себе строгий стиль, дизайн, соответствующий ювелирному изделию, лёгкий вес и определённый материал, используемый в качестве покрытия. В качестве упаковочного материала выбраны крафт-картон и текстиль [7]. Крафт – это натуральный материал,

получаемый из переработанных волокон древесины, что способствует не только заботе об окружающей среде, но также помогает воздействовать на потребителя, делая его более ответственным и осознанным в своем выборе. Особый состав обеспечивает устойчивость перед воздействием влаги и смягчает внешние удары. Материал отличается гладкостью и прочностью. На рисунке 1 показана упаковка для ювелирных изделий, которая представляет собой дизайн, включающий в себя фирменные авторские иллюстрации, относящиеся к коллекции украшений, среди них выделяется солнце и круг, вокруг которого расположены знаки зодиака и количество дней, указывающее на связь астрономии с астрологией. В центре композиции размещен логотип. Для того чтобы показать назначение упаковки используется два цветовых решения: светлая упаковка предназначена для серебряного кольца и кулона «Асвєтнік», темная – для серебряного кольца и кулона с эмалью.



Рисунок 1 – Упаковка в виде коробки для ювелирной коллекции

Figure 1 – Box packaging for a jewelry collection

Упаковка для кулона имеет конструкцию конверта с четырьмя клапанами. Используемый материал – крафт-картон (рис. 2). Состоит из двух частей – конверта и подложки для украшения. Для закрытия упаковки используется специальная самоклеящаяся наклейка, которая обеспечивает легкость использования и быстроту процесса закрытия упаковки.

Проект предусматривает создание ряда упаковок

из экологически чистых материалов, в качестве основного был выбран лён, что на современном этапе приобрело особую актуальность. Льняное волокно и изделия из него имеют устойчивый спрос на мировом рынке и вне конкуренции с импортными тканями [8]. За его уникальные свойства лен часто называют «золотом текстиля». Именно льну, наши предки отдавали предпочтение перед хлопковым и шелковым текстилем, потому что знали и ценили

его необыкновенные свойства. В Республике Беларусь производством льняных тканей занимается РУПТП «Оршанский льнокомбинат». Сегодня основной ассортимент готовой продукции предприятия составляют скатерти, салфетки, полотенца, комплекты столового белья, сувенирные комплекты; постельное белье: простыни, наволочки, пододе-

яльники, комплекты постельного белья; покрывала: полульняные жаккардовые пестротканые и многое другое. Льняные скатерти, вышитые столовые и чайные комплекты, просто льняная ткань разной плотности и фактуры, – все это уже стало визитной карточкой не только льнокомбината, но и нашей страны в целом [9].



Рисунок 2 – Упаковка в виде конверта для ювелирной коллекции

Figure 2 – Envelope packaging for a jewelry collection

На рисунке 3 представлен ассортимент разрабатываемой сувенирной упаковки – мешочки для хранения украшений и шоперы с нанесением методом печати логотипа компании, фирменных иллюстраций и слогана коллекции. Печать производится на цифровом струйном принтере, где прочные красители и яркие цвета на льне придают особый шарм изделиям [10]. Цифровая печать устраняет целый ряд технологических операций при окраске и печати и сокращает срок подготовки производства изделия, тем самым добавляя ему дополнительное конкурентное преимущество в быстро изменяющихся циклах моды.

В дизайне упаковки используется линейная графика, которая позволяет передать суть изображения с минимальным количеством деталей, делая его более выразительным и символичным [11]. Раскрывая сакральные символы и узнаваемые образы, фирменная графика создает привлекательный и запоминающийся образ коллекции, сочетая в себе историю, мистицизм и культуру.

Главным элементом фирменной графики для ювелирной коллекции «Асветнік Скарына» являются узнаваемые символы, связанные с его жизнью и творчеством. В его гравюрах часто встречаются

различные антропоморфные существа, а также основные символы – Солнце и Луна, пчела, подсвечник, армиллярная сфера, книги. Будучи выдающимся деятелем эпохи Возрождения, Скорина внес значительный вклад не только в литературу, но и в астрологию и астрономию [12].

Символ «солнца и лунного диска» является одним из наиболее популярных элементов в творчестве Франциска Скорины, так как он сочетает в себе два важных символа: солнце, символизирующее жизнь, свет и тепло, и луну или лунный диск, символизирующий ночь, мистику и загадочность. Особенность этой упрощенной иллюстрации заключается в ее минимализме и лаконичности. Линейная графика позволяет передать суть объектов с помощью минимального количества линий и деталей, что делает изображение более выразительным и символичным.

Изучение и анализ гравюр, представленных в книге «Малая подорожная книжка» Франциска Скорины, показали, что в книге имеются сведения по астрономии, календари, белорусские названия месяцев года [12]. Представлены знаки зодиака, через которые проходит Солнце, где Скорина приводит календарную информацию для некоторых дней.

В иллюстрации изображен круг Региомонтана, который символизирует космос и временной цикл. На этом круге расположены знаки зодиака и количество дней, указывающее на связь астрономии с астроло-

гией. Облака, окутывающие круг, создают атмосферу таинственности и мистики, подчеркивая важность представленной информации об астрономии, календарях и знаках зодиака в книге (рис. 4).



Рисунок 3 – Льняная упаковка для ювелирной коллекции

Figure 3 – Linen packaging for jewelry collection



Рисунок 4 – Фирменные иллюстрации «Солнце и полумесяц» и круг Региомонтана

Figure 4 – Branded illustrations «The Sun and the crescent Moon» and the Regiomontanus circle

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенной работы разработан дизайн упаковки для ювелирной коллекции «Асветнік Скарына», который отражает идентичность бренда и национальную символику, сочетая современные визуальные решения с элементами исторической символики. Выразительные средства – фирменные иллюстрации, которые разработаны на основе авторских эскизов. Такое решение представляет эффективный инструмент маркетингового продвижения, актуаль-

ный для ювелирной сферы, стремящейся к успешному позиционированию на рынке и укреплению брендовой идентичности.

Таким образом, современный дизайн упаковки для ювелирной коллекции учитывает особенности целевой аудитории и элементы культурного наследия, опираясь на информацию о Франциске Скорине, его достижениях и значении для белорусской культуры, что придает коллекции особую аутентичность и привлекательность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фазылзянова, Г. И. Философия дизайна: современные аспекты комплексного проектирования упаковки / Г. И. Фазылзянова, С. А. Соловьева, В. Н. Шигорина // *Экономические и социально-гуманитарные исследования*. – 2021. – № 3 (31). – С. 148–154. DOI: 10.24151/2409-1073-2021-3-148-154.
2. Попова, А. В., Использование льняной ткани в дизайне сувенирной упаковки / А. В. Попова // *Материалы и технологии*. – 2018. – № 2 (2). – С. 94–99. DOI: 10.24411/2617-149X-2018-12017.
3. Лебедев, А. В. Эволюция упаковки, её дизайн и дополненная реальность / А. В. Лебедев // *Молодой ученый*. – 2016. – № 9 (113). – С. 196–200.
4. Трофимов, А. Фирменный стиль и корпоративный дизайн. – Москва, Кнорус, 2024. – 368 с.
5. Абрамович, Н. А. Эстетические и технические особенности шрифта типа гротеск / Н. А. Абрамович, Я. В. Гуняга // Тезисы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: тезисы докладов, Витебск, 27 апреля 2022 года. Витебск: Витебский государственный технологический университет. – 2022. – С. 170–171. https://elibrary.ru/download/elibrary_49508431_65583627.pdf.
6. Попова, А. В. Эффективность продвижения ювелирного бренда / А. В. Попова, В. А. Виноградова // *Материалы и технологии*. – 2024. – № 1 (13). – С. 42–48. – DOI:10.24412/2617-149X-2024-1-42-48.
7. Елисеенков, Г. С. Особенности дизайн-проектирования упаковки на основе исследований потребительских предпочтений / Г. С. Елисеенков, А. А. Черданцева, М. Е. Морокова // *Дизайн и технологии*. – 2020. – № 76 (118). – С. 17–23. https://elibrary.ru/download/elibrary_44812650_81204812.pdf.
8. Kazarnovskaya G, Abramovich N. Adaptation of hand weaving technique for modern production of copies of slusks belts. AIP Conference Proceedings. International conference on textile and apparel innovation (ICTAI 2021), Vitebsk, 08–10 June 2021, Vol. 2430. Vitebsk: AIP PUBLISHING; 2022. p.020002. DOI: 10.1063/5.0077173.
9. Samutsina N, Abramovich N. Simulation and visualization of one-and-a-half-layer fabrics. AIP Conference Proceedings: International conference on textile and apparel innovation (ICTAI 2021), Vitebsk, 08–10 June 2021, Vol. 2430. Vitebsk: AIP PUBLISHING. – 2022. – p.020004. DOI: 10.1063/5.0077193.
10. Абрамович, Н. А. Тенденции рисунков для цифровой печати на ткани / Н. А. Абрамович, А. С. Сергеева, А. В. Долгая // Материалы докладов 51-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, посвященной Году науки: в двух томах, Витебск, 25 апреля 2018 года. Том 2. Витебск: Витебский государственный технологический университет. – 2018. – С. 59–62. https://elibrary.ru/download/elibrary_36354085_82650887.pdf.
11. Казарновская, Г. В. Исследование витебского авангарда и использование его идей в дизайне графическом / Г. В. Казарновская, Н. И. Тарабуко, Н. А. Абрамович [и др.]. – Витебск: Витебский государственный технологический университет. – 2024. – 136 с.
12. Гончарова-Грабовская, С. Я. Франциск Скорина в белорусской драматургии рубежа XX–XXI вв. / С. Я. Гончарова-Грабовская. – Минск: БГУ. – 2018. – 90 с.

REFERENCES

1. Fazylzyanova GI, Solovyova SA, Shigorina VN. Philosophy of design: modern aspects of integrated packaging design. *Ekonomicheskie i sotsial'no-gumanitarnye issledovaniya = Economic and Social Research*. 2021;№3(31):148–154. DOI:10.24151/2409-1073-2021-3-148-154. (In Russ.).

2. Popova AV, The use of linen fabric in the design of souvenir packaging. *Materialy i tekhnologii = Materials and Technologies*. 2018;2(2):94–99. DOI:10.24411/2617-149X-2018-12017. (In Russ.).
3. Lebedev AV. The evolution of packaging, its design and augmented reality. *Molodoy uchenyy*. 2016;№9(113):196–200. (In Russ.).
4. Trofimov A. Firmennyy stil' i korporativnyy dizayn = Corporate identity and corporate design. Moscow: Knorus; 2024:368. (In Russ.).
5. Abramovich NA, Gunyaga YV. Aesthetic and technical features of the grotesque type font. In: 55-ya Mezhdunarodnaya nauchno-tekhnicheskaya konferentsiya prepodavateley i studentov: tezisy dokladov = 55th International Scientific and Technical Conference of Teachers and Students: Abstracts of Reports, April 27, 2022, Vitebsk. Vitebsk: Vitebskiy gosudarstvennyy tekhnologicheskiy universitet; 2022;2:170–171. (In Russ.).
6. Popova AV, Vinogradova VA. Effectiveness of jewelry brand promotion. *Materialy i tekhnologii = Materials and Technologies*. 2024;1(13):42–48. DOI:10.24412/2617-149X-2024-1-42-48. (In Russ.).
7. Eliseenkov GS, Cherdantseva AA, Morokova ME. Features of packaging design based on consumer preference research. *Dizayn i tekhnologii*. 2020;№76(118):17–23. https://elibrary.ru/download/elibrary_44812650_81204812.pdf (In Russ.).
8. Kazarnovskaya GV, Abramovich NA. Adaptation of hand weaving technique for modern production of copies of slusks belts. AIP Conference Proceedings. International conference on textile and apparel innovation (ICTAI 2021), June 08–10, 2021, Vitebsk.. Vitebsk: AIP PUBLISHING; 2022;2430:020002. DOI:10.1063/5.0077173.
9. Samutsina NN, Abramovich NA. Simulation and visualization of one-and-a-half-layer fabrics. AIP Conference Proceedings: International conference on textile and apparel innovation (ICTAI 2021), June 08–10, 2021, Vitebsk. Vitebsk: AIP PUBLISHING; 2021;2430:020004. DOI:10.1063/5.0077193.
10. Abramovich NA, Sergeeva AS, Dolgaya AV. Trends of drawings for digital printing on fabric. In: *Materialy dokladov 51-y Mezhdunarodnoy nauchno-tekhnicheskoy konferentsii prepodavateley i studentov, posvyashchennoy Godu nauki = Materials of reports of the 51-st International Scientific and Technical Conference of teachers and students dedicated to the Year of Science: in two volumes*, Vitebsk, April 25, 2018, Vitebsk: Vitebsk State Technological University; 2018;2:59–62. (In Russ.).
11. Kazarnovskaya GV et al. Issledovanie vitebskogo avangarda i ispol'zovanie ego idey v dizayne graficheskoy = Research of Vitebsk avant-garde and use of its ideas in graphic design. Vitebsk: Vitebskiy gosudarstvennyy tekhnologicheskiy universitet; 2024:135. (In Russ.).
12. Goncharova-Grabovskaya SY. Frantsisk Skorina v belorusskoy dramaturgii rubezha XX–XXI vv. = Francisk Skorina in the Belarusian drama of the turn of the XX–XXI centuries. Minsk: BSU; 2018:90. (In Russ.).

Сведения об авторах

Information about the authors

Попова Александра Владимировна

Доцент, доцент кафедры дизайна и моды учреждения образования «Витебский государственный технологический университет», г. Витебск, Республика Беларусь

E-mail: sashka_20@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-8824-5310>

Alexandra V. Popova

Associate Professor of the Department of Design and Fashion, Vitebsk State Technological University, Vitebsk, Republic of Belarus

E-mail: sashka_20@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-8824-5310>

Виноградова Владислава Александровна

Студентка факультета дизайна учреждения образования «Витебский государственный технологический университет», г. Витебск, Республика Беларусь

E-mail: designimoda@yandex.by

Vladislav A. Vinogradova

Student, Faculty of Design, Vitebsk State Technological University, Vitebsk, Republic of Belarus

E-mail: designimoda@yandex.by

Статья поступила в редакцию 21.11.2024.