

Интеграция элементов культурного наследия в проектную практику графического дизайна

Н. А. Абрамович,
Чжан Шу

Учреждение образования «Витебский государственный
технологический университет», г. Витебск, Республика Беларусь

Аннотация. Исследование рассматривает социальную и этическую роль дизайнера как медиатора между традицией и современностью. Предлагаемые стратегии нацелены на создание устойчивой модели дизайн-практики, в которой инновации соединяются с культурной памятью, а наследие обретает новую жизнь в актуальном визуальном языке. Осмысленная интеграция культурного наследия требует от дизайнера не заимствования формы, а понимания внутренней логики, контекста и ценности культурного явления. Такой подход позволяет генерировать не просто оригинальные, но и содержательно насыщенные, эмоциональные проекты, которые способны вести диалог с аудиторией на метафорическом и смысловом уровнях. На примере анализа современных практик выявлены успешные стратегии интеграции культурного наследия в брендинг, упаковку, цифровые медиа и другие области графического дизайна, а также типичные ошибки, ведущие к утрате культурного кода или возникновению китча.

Ключевые слова: культурные коды, аутентичность, графический дизайн, визуальная коммуникация, интеграция, инновации, технологии, производство.

Integration of Cultural Heritage Elements into Graphic Design Practice

Natalia A. Abramovich,
Zhang Shu

Educational institution "Vitebsk State Technological University",
Vitebsk, Republic of Belarus

Abstract. This study examines the social and ethical role of the designer as a mediator between tradition and modernity. The proposed strategies aim to create a sustainable model of design practice in which innovation is combined with cultural memory, and heritage is given new life through a contemporary visual language. Meaningful integration of cultural heritage requires the designer not to borrow form, but to understand the internal logic, context, and value of a cultural phenomenon. This approach enables the generation of not only original but also meaningfully rich, emotionally charged projects capable of engaging with the audience on a metaphorical and semantic level. An analysis of contemporary practices reveals successful strategies for integrating cultural heritage into branding, packaging, digital media, and other areas of graphic design, as well as common mistakes that lead to the loss of cultural identity or the emergence of kitsch.

Keywords: cultural codes, authenticity, graphic design, visual communication, integration, innovation, technology, production.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы обусловлена направленностью графического дизайна в современных реалиях к поиску новых форм визуальных коммуникаций и культурной идентичности. В условиях глобализации особое значение приобретает обращение к нематериальному культурному наследию – традициям, симво-

лике, фольклору, ритуалам, которые сохраняют идентичность и формируют культурный код. Интеграция элементов культурного наследия в графический дизайн позволяет не только обогатить визуальный язык, но и укрепить связь между прошлым и настоящим, создавая устойчивые культурные практики в современном дизайне. Традиции системы символов,

логики цвета, композиционного мышления и духовного содержания становятся неиссякаемым источником вдохновения для инноваций в графическом дизайне. Исследование продиктовано необходимостью ответить на ключевые вызовы современного дизайна:

- как создать визуальную коммуникацию, которая, будучи глобально понятной, сохраняет культурную аутентичность и глубину;
- как преодолеть декоративный, поверхностный подход к традиционным мотивам и перейти к осмысленному диалогу с культурными кодами.

Объектом исследования является процесс взаимодействия элементов нематериального культурного наследия с современной практикой графического дизайна как феномен культурной коммуникации и творческой трансформации. Предмет исследования – закономерности, принципы и методы трансформации семантических, символических и стилистических характеристик элементов нематериального культурного наследия в визуальный язык графического дизайна, а также факторы, определяющие эффективность этой трансформации в контексте формирования культурной идентичности дизайн-продуктов.

Целью исследования является определение принципов использования элементов нематериального культурного наследия в графическом дизайне, выявление их влияния на художественную выразительность и культурную идентичность визуальной продукции.

Методологическая база включает аналитический обзор научной литературы и культурологических источников, сравнительный анализ примеров графического дизайна с этническими и традиционными элементами, визуально-графический анализ композиции и символики. Метод междисциплинарных исследований позволяет углубить и расширить теоретические наработки.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Исследования по интеграции элементов нематериального культурного наследия в графический дизайн начались в начале XXI века и постепенно углублялись на фоне растущего интереса к охране культурного наследия. Современные исследования в основном сосредоточены на трех направлениях.

- Анализ и систематизация элементов нематериального культурного наследия с примерами их применения: изучаются визуальные особенности использования культурных артефактов и конкретные примеры их использования в графическом дизайне.
- Изучение моделей и методов интеграции: некоторые исследования предлагают конкретные пути извлечения, реконструкции и инновационного использования элементов нематериального культур-

ного наследия.

- Раскрытие культурной ценности и значения передачи: акцент делается на анализе роли дизайна в поддержке использования нематериального культурного наследия.

Однако существующие исследования носят преимущественно описательный характер, ограничиваясь анализом отдельных примеров и не предлагая целостной теоретической модели интеграции культурных элементов.

Интеграция культурного наследия в проектные практики графического дизайна требует не просто вдохновения, а системного подхода, основанного на уважении к традиции и понимании ее глубинных смыслов. Элементы культуры в маркетинге – это стратегический ресурс, способный наделить бренд, продукт дизайна уникальной идентичностью и эмоциональной связью с аудиторией.

Культурный код, понимаемый как система устойчивых образов, архетипов и символов, является основным «сырьем» для дизайн-коммуникации. «Графические образы олицетворяют идею сохранения и передачи традиций и культурных ценностей» [1, с. 45]. Задача дизайнера заключается в его интерпретации и адаптации к современному визуальному языку и актуальным медиа.

В глобализированном мире графический дизайн все чаще становится площадкой для межкультурного диалога. С одной стороны, он способствует формированию универсального визуального языка. С другой – представляет собой мощный инструмент для выражения локальной идентичности и ведения равноправного диалога культур. Это порождает ключевую проблему: как избежать поверхностного копирования, заимствования форм без понимания сути и перейти к полноценному взаимодействию и культурной коллаборации.

Для разработки концепции, которая может сформировать идентичность бренда и закрепить его культурную значимость в сознании аудитории практические стратегии включают следующие ключевые этапы:

- точное определение, по каким аспектам бренд, исходя из основных его ценностей и целевой аудитории, совпадает с идеями и визуальными характеристиками культурного наследия;
- разработка уникальной визуальной системы с использованием ключевых кодов и символики культурного наследия в фирменных элементах (логотип, шрифт, цветовая гамма и другие визуальные элементы), чтобы обеспечить единый визуальный образ.

Адаптация элементов культурного наследия в современном графическом дизайне требует не просто механического переноса форм, а глубокого пере-

осмысления, основанного на системе принципов, обеспечивающих сохранение культурного кода при достижении актуальной эстетической выразительности и функциональности. На основе анализа успешных проектных практик и теоретических исследований можно выделить ряд ключевых принципов успешной интеграции:

- Подлинность культуры.
- Адаптивность к потребностям современного общества.
- Инновационность дизайна.
- Культурная эмпатия.
- Преемственность.
- Использование современных технологий.
- Интеграция с промышленным производством.

Подлинность культуры – это основа интеграции: сохранить суть и духовную основу элементов нематериального культурного наследия, избегая искажений и неправильного толкования «...Искажение смысла, трансформации стилистического своеобразия, ошибки при оцифровке и копировании, работы, выполненные на низком художественном уровне, могут исказить восприятие наследия, трансформировать его понимание нашими современниками» [2, с. 32].

При интеграции дизайнеры должны тщательно изучать исторический контекст, народные обычаи и культурное значение нематериального наследия, чтобы точно понять его ключевые черты. При визуальной адаптации нельзя произвольно изменять основную форму и смысл символов, чтобы дизайн точно передавал культурную суть наследия.

Примером могут служить маски Нуо в территориальном брендинге. В исследовании китайских практик брендинга (г. Бишань, г. Людуань, г. Юньнань) применялся семиотический анализ масок Нуо как знаков ритуального наследия. «В проектировании визуальной идентичности Бишаня ключевой акцент сделан на реинтерпретации ритуальной атрибутики Нуо – прежде всего маски, трансформированной в базовый семиотический элемент бренд-системы» [3, с. 37]. Духовная суть здесь – архаическая защита, изгнание зла, связь с предками. Без понимания этой глубинной семантики маска превратилась бы в пустой этнографический штамп. Исследователи изучали ритуальный контекст, чтобы затем транслировать именно защитную функцию, а не просто форму.

Адаптивность к потребностям современного общества. Современный принцип адаптации предполагает, что дизайнерские решения должны соответствовать современным эстетическим тенденциям, потребностям аудитории и конкретным сценариям

применения, обеспечивая модернизацию элементов нематериального культурного наследия. Дизайнеры должны учитывать эстетические предпочтения современной аудитории – такие как современные тренды, стиль и индивидуализация – и переосмысливать визуальную форму этих элементов, чтобы они соответствовали современным стандартам дизайна.

Например, традиция обучения как впитывания новых культурных кодов, зародившаяся в Витебском художественном народном училище и программа УНОВИС стали своеобразным принципом обучения и на кафедре дизайна и моды Витебского государственного технологического университета. «...главным также является не слепое копирование приемов и создание клонов супрематических существующих картин, а выявление как возможно следовать новаторству и свободному проявлению творческих начал в образовании, умению использовать принципы беспредметности в создании новых концептов в дизайн-проектировании» (рис. 1) [4, с. 7].

В зависимости от сферы применения – например, брендинг, упаковка или цифровой дизайн – необходимо корректировать способ их представления и степень адаптации, чтобы продукт мог реально использоваться. Например, в цифровом графическом дизайне с помощью динамического и интерактивного дизайна элементы культурного наследия могут лучше вписываться в контекст распространения в новых медиа. В дизайне культурно-творческой продукции их можно сочетать с современным образом жизни, повышая практичность продукта.

Инновационность дизайна. Принцип инновационного дизайна требует выхода за рамки поверхностного заимствования и стимулирования инноваций в визуальном языке и формах выражения элементов нематериального культурного наследия. Дизайнеры должны выйти за пределы устаревшей модели «изучение – копирование – применение» и с помощью реконструкции символов, перераспределения цветов, сочетания материалов и технологических инноваций создавать современные, инновационные интерпретации этих элементов [5].

Например, можно объединить и переосмыслить различные типы элементов нематериального наследия – такие как техника вырезания из бумаги (цзяньчжи) и каллиграфические линии – чтобы создать новые визуальные символы; сочетать цвета традиционных ремесел с современными модными оттенками, формируя новые цветовые решения; интегрировать элементы нематериального наследия с цифровыми технологиями и 3D-печатью, расширяя формы дизайнерского выражения (рис. 2).

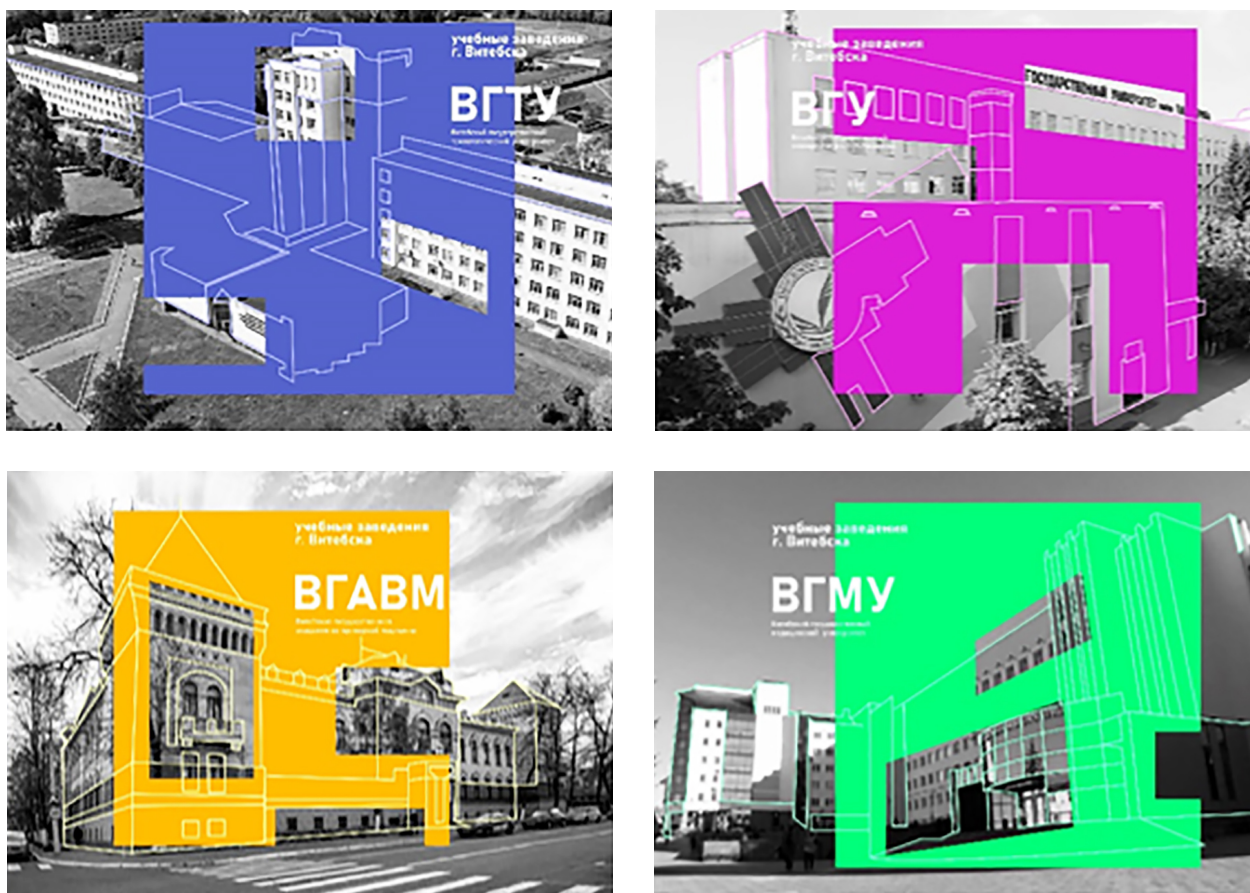


Рисунок 1 – Серия супрематических открыток, посвященная учебным заведениям города Витебска, учебное задание

Figure 1 – A series of Suprematist postcards dedicated to educational institutions in the city of Vitebsk, an educational assignment



Рисунок 2 – Китайская техника резьбы: упаковка для косметики

Figure 2 – Chinese carving techniques: cosmetic packaging

Подлинная инновация в дизайне начинается не с заимствования внешних форм наследия, а с понимания его глубинных смыслов – тех мировоззренческих кодов, которые веками определяли уникальность культуры. Именно эти смыслы, будучи переосмысленными, способны стать основой для создания подлинно новаторских и одновременно укорененных в традиции дизайн-концепций. Современное дизайн-мышление, ориентированное на инновации, предполагает не механическое копирование этнических мотивов, а их творческую трансформацию [6].

Культурная эмпатия. Принцип культурной эмпатии в дизайне представляет собой методологическую основу, согласно которой проектные решения должны не просто транслировать этнические мотивы, а выстраивать диалог с потребителем на уровне его ценностных ориентаций и эмоционального опыта. Культурная эмпатия означает способность дизайнера «настроиться» на волну восприятия целевой аудитории, предвидеть ее реакцию и создать такие формы, которые будут восприняты не как чужеродные или искусственно привнесенные, а как органичные, значимые и созвучные внутреннему миру человека. Это требует тонкого понимания того, как культурные коды взаимодействуют с индивидуальной психологией и коллективным бессознательным.

Эффективная реализация данного принципа предполагает дифференцированный подход к различным группам аудитории с учетом их культурного багажа, возрастной психологии и сложившихся эстетических предпочтений. Для молодого поколения, выросшего в цифровой среде, наиболее релевантными становятся формы, предполагающие интерактивность, игровое начало и технологическую новизну. Здесь элементы культурного наследия могут быть представлены через динамическую графику, анимацию, дополненную реальность, геймификацию – то есть через те каналы, которые являются для молодежи естественными и привлекательными. Традиционный орнамент в таком контексте перестает быть статичным музейным экспонатом, а превращается в живой, изменчивый язык, способный говорить с молодым человеком о вечных ценностях в актуальной для него форме.

В противоположность этому, для старшего поколения более значимыми оказываются консервативные, устойчивые формы, связанные с памятью, ностальгией и чувством преемственности. Здесь эмпатия дизайнера проявляется в бережном отношении к традиционным материалам, рукотворности, узнаваемости мотивов. Классические орнаментальные решения, воплощенные в интерьерном текстиле, предметах быта, декоративных панно, способны вызвать у пожилого человека чувство защищенности, укорененности, связи с родом и историей. Важно, чтобы

дизайн не разрушал эти значимые связи, а поддерживал их, предлагая современное, но не агрессивное прочтение знакомых образов [7].

Особое внимание в рамках принципа культурной эмпатии уделяется эмоциональному наполнению дизайн-объектов. Задача дизайнера – раскрыть этот потенциал через визуальный язык, то есть найти такие пластические, колористические, фактурные и световые решения, которые позволят этим смыслам проявиться. Например, символ долголетия может быть передан не просто путем его механического воспроизведения, а через плавные, текучие линии и теплую цветовую гамму, вызывающие ощущение покоя и гармонии.

Преемственность. Ключевой аспект преемственности – способность культурных кодов сохранять свою идентичность, одновременно вступая в диалог с новыми технологическими и эстетическими контекстами.

Как пример мирового опыта коллаборации, выступающей двигателем инноваций, можно привести кейс «Hermès и ремесленные традиции». Французский дом Hermès – классический пример того, как взаимодействие работает на уровне ДНК бренда [8]. Носители традиции (мастера-кожевники, литейщики, вышивальщицы, шорники) являются не просто исполнителями, а ключевыми фигурами в создании продукта. Дизайнеры бренда приходят к ним не с готовыми чертежами, а с эскизами, и вместе они ищут, как замысел может быть реализован через существующие или новые техники.

Принцип преемственности культурного наследия в графическом дизайне заключается в творческом переосмыслении исторических, художественных и культурных традиций, их интеграции в современные визуальные формы. Это развитие визуальных коммуникаций, где традиции переосмысляются, сохраняя связь времен и обеспечивая понимание контекста. Для создания ярких, культовых национальных брендов в дизайне необходимо выявлять те глубинные символы и смыслы, которые составляют основу, что позволит выстраивать необходимые коды и оригинальные концепции. «Философия бренда – совокупность ценностей, культуры, традиций и отношения к потребителям. Это связующая нить между смыслом и индивидуальностью...» [9, с. 33].

Например, проект PatternReborn, реализованный командой GangChen, ChaoYang и XiaolinFan в сотрудничестве с музеем искусств и ремесел Ханчжоу, предлагает свой подход к преемственности. Современный дизайн все чаще обращается к культурным корням, чтобы создать уникальные визуальные решения. Проект PatternReborn демонстрирует, как традиционные китайские ремеслен-

ные мотивы могут быть интегрированы в актуальные дизайнерские продукты, сохраняя историческую глубину и придавая им новое звучание.

Здесь традиционные китайские узоры из одежды и керамики подвергаются анализу и переосмыслению с помощью цифровых технологий. Лазерная гравировка и высокотемпературный обжиг позволя-

ют перенести аутентичные мотивы на современные материалы, сохраняя их узнаваемость, но придавая новую выразительность и долговечность. Гибкость разработанной визуальной системы позволяет использовать одни и те же элементы в разных масштабах и форматах – от выставочных плакатов до предметов быта (рис. 3).

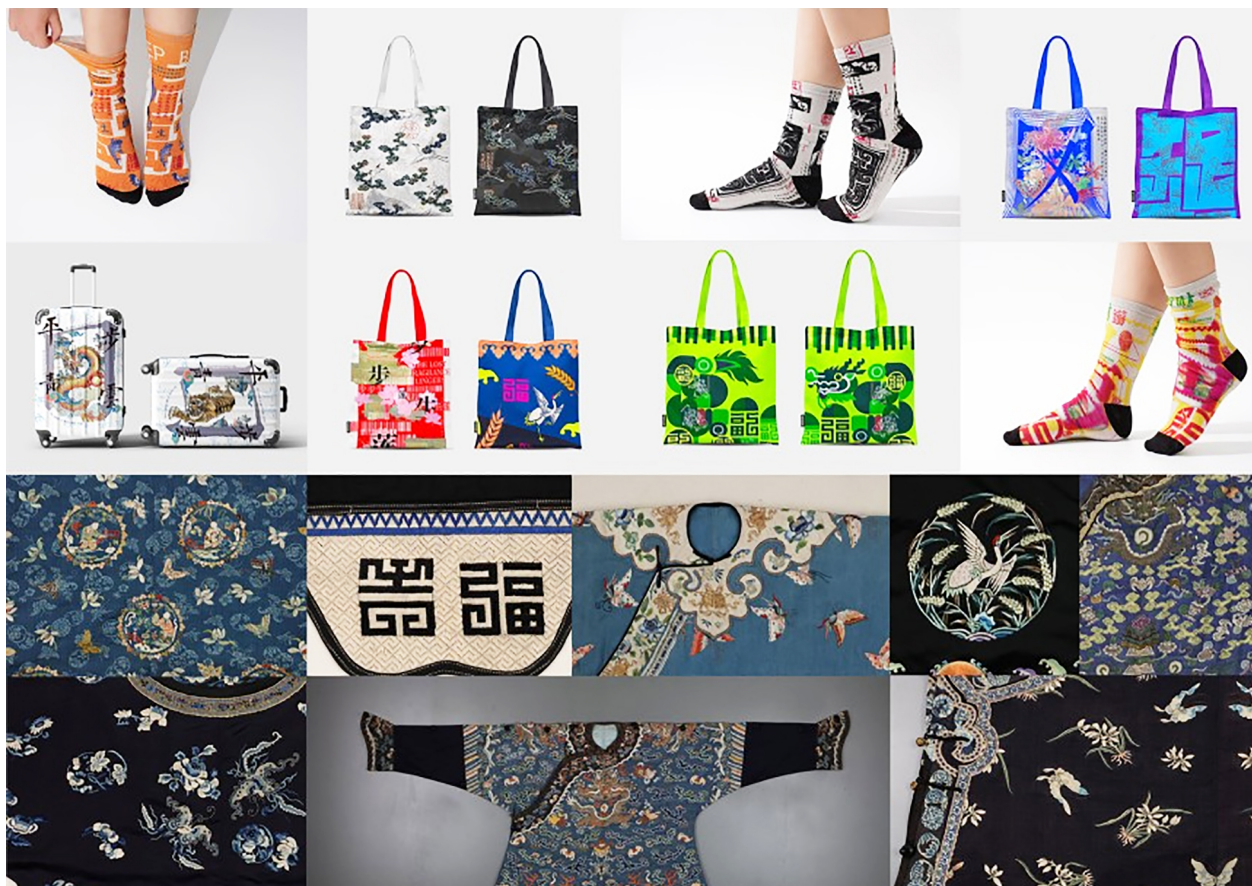


Рисунок 3 – Проект Pattern Reborn

Figure 3 – Pattern Reborn Project

Это расширяет границы применения традиционного искусства и делает его доступным для широкой аудитории. Проект был удостоен бронзовой награды A' Design Award-2025 в категории культурного наследия, что подтверждает его значимость для развития дизайна и сохранения культурной идентичности.

Использование современных технологий. Современные технологии способствуют преобразованию элементов культурного наследия в дизайнерские решения и предоставляют новые возможности для их адаптации в графическом дизайне, расширяя формы их представления и пути распространения [10].

Синтез традиционных ремесленных процессов и инновационных технологий открывает новые воз-

можности в проектной практике, позволяя не только сохранить аутентичность культурного кода, но и существенно обогатить визуально-тактильный язык современного дизайна. Этот подход формирует особый тип проектного мышления, в котором ручной труд и цифровые методы вступают в продуктивный диалог. Его результатом являются аутентичные дизайнерские решения. Например, сочетание вышивки с современными технологиями печати для создания уникального текстурного эффекта, что представлено на рисунке 4.

Интеграция с промышленным производством. Использование ресурса промышленного производства является важной гарантией интеграции и

устойчивого развития. Для его реализации необходимо создать механизм трехстороннего взаимодействия между носителями нематериального культур-

ного наследия, дизайнерами и субъектами рынка, где каждый участник выполняет свою уникальную функцию, что представлено в таблице 1.

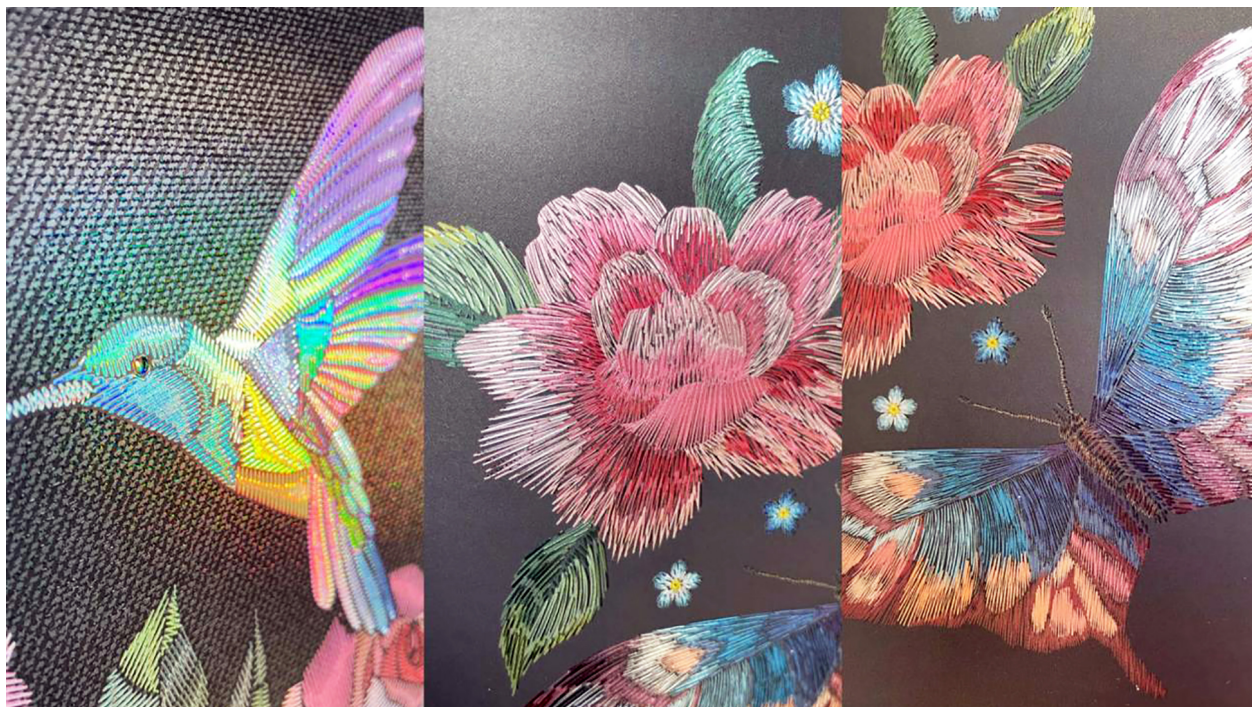


Рисунок 4 – Китайская вышивка, напечатанная на экологически чистой смоле

Figure 4 – Chinese embroidery printed on eco-friendly resin

Таблица 1 – Интеграция с промышленным производством

Table 1 – Integration with industrial production

Участник	Роль	Что привносит	Что получает
Носители НКН	Хранители аутентичности	Глубинное знание технологии, символики, сакральных смыслов	Экономическую устойчивость, признание, новые каналы сбыта
Дизайнер	Переводчики между традицией и современностью	Понимание трендов, эргономики, новых материалов, визуального языка	Уникальный культурный код для творчества
Рынок (производство/бренды)	Масштабирование и распространение	Производственные мощности, маркетинг, каналы сбыта, обратная связь	Уникальный продукт с добавленной культурной ценностью

Наглядным примером трехстороннего взаимодействия является кейс при поддержке Министерства культуры КНР «Традиционной ремесленной мастер-

ской Шанхайского университета в Цинхай-Голоке», который стал постоянной платформой для взаимодействия тибетских мастеров, столичных дизайнеров

и представителей креативных индустрий Шанхая. Шанхайский университет в рамках восточно-западного сотрудничества (Шанхай – провинция Цинхай) создал механизм, где:

- *Носители традиции* (тибетские мастера из Голока) обучаются современным подходам к дизайну и упаковке, но сохраняют контроль над аутентичностью техник.

- *Дизайнеры и преподаватели* выступают местом, помогая адаптировать традиционные изделия (ковры, текстиль, вышивку) под требования современного рынка и эргономику.

- *Рынок* представлен через сотрудничество с предприятиями Шанхая и продвижение.

В результате традиционные ремесла получили выход на рынок, а мастера – устойчивый доход.

Еще один яркий пример – сотрудничество Chanel с легендарной вышивальной мастерской Maison Lesage, которая с 1924 года создает уникальные ткани и вышивки для высокой моды.

- *Мастера* хранят уникальные техники вышивки и архив из тысяч образцов.

- *Дизайнеры* (художественные директора модных Домов) приходят с концепцией коллекции.

- *Производство* (мощности Lesage) адаптирует исторические техники к современным материалам (например, вышивка по трикотажу или органзе).

В 2002 году Chanel приобрел мастерскую, но сохранил ее как независимую структуру, работающую с разными брендами. Это гениальный ход: бренд получил эксклюзивный доступ к наследию, а мастерская – финансовую стабильность и возможность передавать знания новым поколениям. Созданная в 1985 году школа Lesage передает технологии вышивки молодым мастерам, обеспечивая преемственность. Эта модель показывает: подлинная ценность создается именно на стыке ремесленного знания и дизайнерского видения, а не на конвейере, где мастер – лишь придаток машины.

Следующий кейс – «Ханьские ароматические мешочки» (входит в список нематериального культурного наследия Китая). Исследование 2022 года предлагает для этого наследия трехступенчатую стратегию, идеально совпадающую с исследуемой моделью:

- Повышение уровня подготовки носителей и развитие «духа ремесленника» для укрепления основы наследия.

- Внедрение AI-технологий для инновационного дизайна узоров, чтобы традиционное мастерство соответствовало современным эстетическим трендам. Здесь дизайнер работает в связке с технологиями.

- Обновление модели индустрии – интеграция культурного наследия с различными отрасля-

ми (туризм, креативные индустрии) для ресурсного обмена и экономической эффективности.

Пример с «Ханьскими мешочками» показывает, что технологии (AI) могут стать катализатором, усиливающим роль дизайнера. Нейросети помогают генерировать новые вариации узоров на основе исторических образцов, но контроль за сохранением культурного кода остается за дизайнером и носителями.

Таким образом, можно определить механизмы интеграции культурного наследия в современный дизайн.

Семантический уровень (концептуальное заимствование): дизайнер работает не с внешними формальными признаками, а с глубинными смысловыми структурами – культурными кодами, мифологемами, архетипическими образами. Проектное решение в данном случае транслирует не столько узнаваемую форму, сколько идею, ценностную установку. Примером может служить воплощение концепта «оберега» или «защиты» в дизайне экологичной упаковки, где семантика традиционной культуры переводится на язык современных экологических ценностей.

Формально-эстетический уровень (стилистика адаптация). На этом уровне осуществляется перенос и трансформация визуально-пластических характеристик наследия – орнаментальных мотивов, колористических палитр, типографических решений, композиционных схем – в новую функциональную и технологическую среду. Сохраняя внешнюю узнаваемость, эти элементы адаптируются к требованиям современного производства, носителей и визуальной коммуникации.

Методологический уровень (анализ процесса). Наиболее глубокий уровень интеграции, при котором объектом заимствования становятся не результаты, а принципы традиционного ремесленничества – ручной труд как ценность. Эти принципы формируют философскую и методологическую основу проектного мышления, определяя подход к формообразованию, выбору материалов и взаимодействию с потребителем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Использование культурного наследия требует от дизайнера исследовательских навыков и профессионального мастерства. Сначала он изучает культурный код и находит ключевые смыслы. Затем переводит их на современный визуальный язык. В итоге дизайн становится мостом между традицией и современностью [11].

Проведенный анализ демонстрирует, что культурные артефакты могут выступать не в роли пассивного декоративного ресурса, а являться активным

смыслообразующим фактором для современного графического дизайна. Их влияние выходит далеко за рамки стилизации и формирует устойчивую парадигму, в которой дизайн становится инструментом диалога между прошлым и настоящим.

Особое значение приобретает принцип трехстороннего взаимодействия между носителями традиции, дизайнерами и рыночными структурами, который обеспечивает аутентичность, творческую новизну и экономическую устойчивость.

Рассмотренные примеры наглядно демонстрируют, что успешная интеграция традиций возможна только через глубокое исследование его семантики, а не через поверхностное цитирование. Современные технологии, включая искусственный интеллект и цифровые двойники, выступают в этой модели не как замена творчеству, а как катализатор, расширяющий

возможности дизайнера и позволяющий создавать инновационные продукты при сохранении культурного кода. Формирование новых брендов на основе культурного наследия становится перспективным направлением. Продукты и визуальные коммуникации, несущие в себе осмысленный культурный код, приобретают дополнительную ценность, что подтверждается готовностью аудитории платить премиальную цену за изделия, созданные с уважением к традиции.

Культурное наследие в графическом дизайне перестает быть пассивным объектом и превращается в активный ресурс разработки продуктов дизайна. Дизайнер, выступая в роли переводчика и медиатора, способен не только создавать эстетически привлекательные и функциональные решения, но и вносить вклад в поддержание культурного разнообразия, укрепление идентичности и диалог поколений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 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.
2. Демшина, А. Ю. Культурное наследие в дизайне / А. Ю. Демшина // *Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры*. – 2024. – № 4. – С. 31–36. DOI 10.30725/2619-0303-2024-4-31-36.
3. Гао, Г. Исследование методов анализа и визуальной трансляции культурного наследия в дизайне городского бренда / Г. Гао // *Культура и искусство*. – 2025. – № 7. – С. 32–48. DOI: 10.7256/2454-0625.2025.7.75110
4. 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.
5. Roy, R. Creative Design and Innovation: How to Produce Successful Products and Buildings / R. Roy. – Abingdon, Oxon :Routledge, 2024. – 207 p.
6. Taura, T. Creativity in Innovation Design: the Roles of Intuition, Synthesis, and Hypothesis / T. Taura, Y. Nagai // *International Journal of Design Creativity and Innovation*. – 2017. – Vol. 5, № 3. – P. 131–148.
7. Лю, Ю. Исследование механизма эмоционального дизайна в китайских культурных и креативных

продуктах / Ю. Лю, С. Фэн, Ц. Ван, В. Кун, В. Чэнь // *Наследие науки*. – 2022. – Т. 10. – С. 1–18. – DOI: 10.1186/s40494-022-00762-3.

8. Салахов, Р. Ф. Формы взаимодействия ученых и бизнесменов в продвижении этнических культур (на примере КазГИК) / Р. Ф. Салахов, Ы. Т. Турсуналиева, А. Р. Ташметова // *Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств*. – 2025. – № 1. – С. 115–122. <https://scinetwork.ru/articles/60786>.

9. Захарчук, Н. С. Выявление ДНК бренда в разрезе авторского творчества / Н. С. Захарчук, Л. В. Попковская // *Материалы и технологии*. – 2024. – № 1(13). – С. 33–41. – DOI: 10.24412/2617-149X-2024-1-33-41.

10. 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.

11. Abramovich, N. Visual communications in educational marketing / N. Abramovich, K. Glusova // *Education and science in the 21st century : Articles of the VIII International Scientific and Practical Conference, Vitebsk, 29 November 2023*. – Vitebsk: Vitebsk State Technological University, 2024. – P. 9–12.

REFERENCES

1. 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.).

2. Demshina A Yu. Cultural heritage in design. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury = Bulletin of the St. Petersburg State Institute of Culture*. 2024;4:31–36. – DOI: 10.30725/2619-0303-2024-4-31-36.(InRuss.).
3. Gao G. A study of methods for analyzing and visually communicating cultural heritage in urban brand design. *Kul'tura i iskusstvo = Culture and Art*. 2025;7:32–48. – DOI: 10.7256/2454-0625.2025.7.75110 (In Russ.).
4. Kazarnovskaya GV, Tarabuko NI, Abramovich NA et al. Research of the Vitebsk avant-garde and the use of its ideas in graphic design. *Vitebsk: Vitebskiy gosudarstvennyy tekhnologicheskiy universitet*; 2024:136.
5. Roy R. Creative Design and Innovation: How to Produce Successful Products and Buildings. Abingdon, Oxon : Routledge; 2024:207.
6. Taura T. Creativity in Innovation Design: the Roles of Intuition, Synthesis, and Hypothesis. *International Journal of Design Creativity and Innovation*. 2017;5(3):131–148.
7. Lyu Yu, Fen S, Van Ts, Kun V, Chen' V. Research on the mechanism of emotional design in Chinese cultural and creative products. *Nasledie nauki = The Legacy of Science*. 2022;10:1–18. – DOI: 10.1186/s40494-022-00762-3.
8. Salakhov RF, Tursunaliyeva YT, Tashmetova AR. Forms of interaction between scientists and businessmen in promoting ethnic cultures (on the example of KazGIK). *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv = Bulletin of the Kazan State University of Culture and Arts*. 2025;1:115–122. <https://scinetwork.ru/articles/60786> (In Russ.).
9. Zakharchuk NS, Popkovskaya LV. Identification of brand DNA in the context of author's creativity. *Materialy i tekhnologii = Materials and technologies*. 2024;1(13):42–48. – DOI:10.24412/2617-149X-2024-1-42-48. (In Russ.).
10. 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), June 08–10 2021, Vitebsk. Vitebsk: AIP PUBLISHING; 2022;2430:020002. – DOI: 10.1063/5.0077173.
11. Abramovich N, Glusova K. Visual communications in educational marketing. In: Education and science in the 21st century :Articles of the VIII International Scientific and Practical Conference, November 29, 2023, Vitebsk. Vitebsk: Vitebsk State Technological University; 2024:9–12.

Сведения об авторах

Абрамович Наталья Анатольевна

Кандидат технических наук, доцент, заведующий кафедрой дизайна и моды учреждения образования «Витебский государственный технологический университет», г. Витебск, Республика Беларусь

E-mail: vio2004@yandex.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0159-3392>

Чжан Шу

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

E-mail: designimoda@yandex.by

Information about the authors

Natalia A. Abramovich

Cand. Sc. (Engineering), Assoc. Prof., Head of the Department of Design and Fashion of the Educational Institution "Vitebsk State Technological University", Vitebsk, Republic of Belarus

E-mail: vio2004@yandex.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0159-3392>

Zhang Shu

Master's student of the Design Faculty of the Educational Institution "Vitebsk State Technological University", Vitebsk, Republic of Belarus

E-mail: designimoda@yandex.by

Статья поступила в редакцию 17.03.2026.