

## Выявление ДНК бренда в разрезе авторского творчества

Н.С. Захарчук<sup>а</sup>, Л.В. Попковская

Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь

E-mail: [\\*melopaque@gmail.com](mailto:*melopaque@gmail.com)

**Аннотация.** Настоящая статья основана на данных, обработанных по результатам практических исследований, проведенных за период обучения молодого креатора в УО «Витебский государственный технологический университет». Подробный анализ авторского творчества продемонстрировал возможность создания авторских таблиц, схем, графиков и гистограмм как инструментов выделения отличительных особенностей и разработки ДНК личного бренда.

**Ключевые слова:** дизайн, мода, ДНК бренда, авторская коллекция, одежда, эксперимент.

## Identifying Brand DNA in the Section of Author's Creativity

N. Zakharchuk<sup>a</sup>, L. Popkovskaya

Vitebsk State Technological University, Republic of Belarus

E-mail: [\\*melopaque@gmail.com](mailto:*melopaque@gmail.com)

**Annotation.** This article is based on data processed based on the results of practical research conducted during the period of training of the young creator at the Vitebsk State Technological University. A detailed analysis of the author's creativity demonstrated the possibility of creating author's tables, diagrams, graphs and histograms as tools for highlighting distinctive features and developing the DNA of a personal brand.

**Key words:** design, fashion, brand DNA, author's collection, clothing, experiment.

Актуальность выбранной темы обусловлена возможностью анализа системы проектирования в разрезе авторского творчества: от разработок в рамках учебного процесса до реализации стартап-проектов и грантов, коммерциализированных в массовом производстве.

Цель исследования – выявление ДНК бренда.

В мире моды достаточно широко используется понятие «ДНК бренда». Это своеобразный неповторимый почерк, узнаваемый и уникальный, ядро, включающее историю и нынешнее направление развития стиля модного дома. Благодаря умению почувствовать ДНК бренда: тот, кто ориентируется в моде, без труда отличит творения Dolce & Gabbana от Chanel, а Saint Laurent – от Balenciaga [1].

Без установленной системы трудно показать себя потребителям с необходимой стороны. Составление ДНК бренда устанавливает ценности как внешние, так и внутренние: таким образом получается донести мысль и до сотрудников, и до покупателя. Оно не зависит ни от продукта, ни от рынка – это идеология, которая подойдет под любые тренды и товары. Имея четко выстроенную стратегию и принципы, как составные части ДНК, продукт бренда повышает свою узнаваемость, ликвидируя потребность в постоянном использовании инструментов маркетинга.

Объектом исследования является коллекция как система и личность как бренд. Методы исследования многообразны: эмпирический (наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент и другие), теоретический (абстрагирование, анализ, синтез, индукция, дедукция, восхождение от абстрактного к конкретному и др.) и креативный.

ДНК бренда – это не просто фирменный стиль. Это группа отличительных особенностей, строящаяся на ощущении от продукта, его восприятии. Но образ не появляется сам по себе, его необходимо продумать.

В результате литературного обзора источников можно выделить сегменты стратегии позиционирования, выполняющие задачу выделения ДНК, представленную как ядро бренда на рисунке 1.

Из вышеуказанной авторской схемы построения ДНК бренда можно выделить следующие определения: философия и платформа бренда, стратегия визуальных коммуникаций, визуальные константы бренда и носители фирменного стиля.

Философия бренда – совокупность ценностей, культуры, традиций и отношения к потребителям. Это связующая нить между смыслом и индивидуальностью.

Платформа бренда – комплекс визуальных, имид-



**Рисунок 1 – Сегменты стратегии позиционирования ДНК бренда**

жевых и маркетинговых атрибутов. Платформа также включает в себя ключевые компетенции и функции бренда.

Стратегия визуальных коммуникаций – визуализация бренда с помощью дизайна. Графические элементы используют как конструктор для реализации стратегий.

Визуальные константы бренда – элементы и их комплект, объединенные функцией узнаваемости и индивидуальности по отношению к почерку дизайнера или модного дома в целом.

Носители фирменного стиля – это не только рекламная продукция, но и униформа сотрудников и оформление служебных помещений.

Процесс определения идентификации бренда не так прост. Но выполнение подобной задачи является необходимым для успешного формирования как личного, так и коммерческого бренда. Главная цель – связать незримой нитью торговую марку с ее продуктами. Несмотря на смену моды, технологий, инноваций, ДНК останется неизменным, четко транслируя суть деятельности, создавая диалог с целевой аудиторией [2].

Накопление и распространение методов творческого развития, формирование навыков профессионально-технологической подготовки – процессы, развивающие у студентов индивидуальность в такой конкурентной сфере деятельности, как индустрия моды.

Устойчивое развитие личного бренда у молодого дизайнера требует погружение не только в учебный процесс, но и научно-исследовательскую и культурно-просветительскую работу. Участие в различных проектах для студента-дизайнера безусловно важно. Проектирование одежды на конкурсной основе имеет много отличных критериев от проектирования одежды для индивидуального или массового производства. Оно первоочередно требует индивидуальность и инновационность: работу в рамках системы проектирования «Авторская коллекция» [3].

Для грамотного анализа исследуемой системы проектирования необходимо дать качественную и количественную характеристику объектам исследования – авторским коллекциям одежды.

Коллекция женской одежды «SWEET LOOK» – конкурсная работа XXX Республиканского фестиваля-конкурса моды и фото «Мельница моды», выполненная в рамках учебного процесса как результат дисциплины «Муляжирование» (рис. 2).

За основу авторского проекта используется идея складок, способы их создания, ритмической организации и образования объемных форм, что и отличает проект от других. Источником вдохновения стал срез обычного фиолетового сладкого лука. В ходе подготовки разработан мудборд – основное образное, цветовое и графическое решение, созданы эскизы 7 моделей.

Название проекта – игра слов: в переводе с английского «SWEET» как «милый», аналогично значению «сладкий», «LOOK» переводится с английского как «взгляд», но в переводе с французского – «образ». В результате получается «милый образ», «сладкий образ». Слово «LOOK» в транскрипции звучит как [лук], в итоге получается «сладкий лук» – философия проекта.

Большая часть моделей разработана из 100 % хлопка на основе простых геометрических фигур (круг, квадрат, прямоугольник) с минимальным количеством разрезов и максимальным количеством



**Рисунок 2 – Мудборд и эскизы авторской коллекции «SWEET LOOK», 2021 год**

складок, подчеркивающими ритмичность коллекции, являющейся концепцией проекта. Своеобразие модульного элемента достигается благодаря применению техники тай-дай. При особой трудоемкости изготовления моделей автору удалось сохранить функциональность и добиться уникальности образа. Оригинальность разработки – созвучие и единство композиционных и конструкторско-художественных приемов, складки как запоминающееся решение членения конструкции [3].

Результативность коллекции – лауреат диплома II степени XXX Республиканского фестиваля-конкурса моды и фото «Мельница моды» (г. Минск) в номинации «Школа моды», лауреат диплома II степени и

обладатель «Серебряной пуговицы» XVII Международного конкурса «Сибирский кутюрье» (г. Новосибирск), лауреат диплома II степени V Международного фестиваля «Красный проспект» (г. Новосибирск). Коллекция демонстрировалась на университетском, областном, республиканском и международном уровнях. Материалы конференции, выполненные на основе исследования коллекции, награждены дипломом II степени Национальной молодежной научно-практической конференции «ПОИСК-2022» (г. Иваново). За высокие результаты на мероприятиях различного уровня автор занесен на Доску почета Октябрьского района города Витебска по итогам 2021 года (рис. 3).



Рисунок 3 – Коллекция женской одежды «SWEET LOOK»  
(дизайнер – Никита Захарчук)

Авторская коллекция женской одежды «Герлы» – конкурсная работа XXXI Республиканского фестиваля-конкурса моды и фото «Мельница моды», выполненная в рамках внутривузовского стартап-проекта «Проектирование имиджевой коллекции с элементами направления «sustainable fashion».

В основу название проекта заложен англицизм XX века «gorla» [герла]. Данный сленг транслирует образ целеустремленной и уверенной в себе девушки, готовой «заявить о себе». Идеи трансформации белорусского народного костюма легли в основу рождения современного продукта моды – особенностью коллекции является крой на базе основных геометрических фигур. (рис. 4).

Трансформация и адаптация геометрического кроя является особым почерком в авторских коллекциях. Молодой креатор проектирует изделия на базе квадрата, прямоугольника, круга и их исходных. Отличительной чертой авторской женской коллекции «Герлы» является новый взгляд на стилизацию комплекса белорусского народного костюма, выраженный инструментами сложной ритмики и особенностями кроя. Сложной задачей являлось отразить особый белорусский колорит образа, не прибегая к цветовой гамме этнического костюма. Также в коллекции прослеживаются элементы устойчивой моды: использование тканей старого образца, ремоделиро-

вание остатков кроя, апсайклинг (рис. 5) [4].

На основе результативности практического применения трансформации народного костюма Беларуси хочется отметить, что комплекс трансформируемых элементов является огромным источником инспирации для молодого креатора. Особую значимость данное направление имеет и в учебном процессе: перед студентом-дизайнером ставятся сложные задачи в создании нового, не прибегая к традиционным приемам использования орнаментальных структур и цветовой гаммы. Работа с народными мотивами демонстрирует детальный анализ стилизации аутентики. Выявление отличительных особенностей с легкостью можно модернизировать до авторских арт-технологий.

Коллекция женской одежды «Герлы» – лауреат диплома II степени XXXI Республиканского фестиваля-конкурса моды и фото «Мельница моды» (г. Минск) в номинации «Школа моды», лауреат диплома I степени и обладатель «Серебряной пуговицы с бриллиантом» XVIII Международного конкурса «Сибирский кутюрье» (г. Новосибирск), лауреат диплома II степени Международного фестиваля дизайна «Точка RU. Сибирь 2022» (г. Новосибирск), гран-при за высокий уровень профессионализма в создании авторских коллекций VI Международного фестиваля «Красный проспект» (г. Новосибирск).

## INSPIRATION



Рисунок 4 – Мудборд и эскизы авторской коллекции «Герлы», 2022 год



Рисунок 5 – Коллекция женской одежды «Герлы»  
(дизайнер Никита Захарчук)

Материалы конференции, выполненные на основе исследования коллекции награждены дипломом II степени Национальной молодежной научно-практической конференции «ПОИСК-2023» (г. Иваново). Коллекция демонстрировалась на мероприятиях университетского, областного и республиканского уровня, является выставочным образцом в зале инновационных разработок УО «ВГТУ».

В январе 2023 года Министерство образования Республики Беларусь выделило грант в сфере образования по теме «Ремоделирование остатков края в продукт моды».

Авторская коллекция мужской одежды из льна

«Красавчики» – коллаборация с РУПТП «Оршанский льнокомбинат» для участия в Международном фестивале «Свята льну. Роднае моднае» (г. Минск, 2023 год).

На эскизном этапе проекта в центре внимания образ молодого человека, нуждающегося в комфорте, функциональности и ярких эмоциях. Девиз коллекции оправдывает назначение – «youngsters», то есть «молодежь», как олицетворение постоянного роста, движения и потребности перемен, которые так необходимы заказчику [3]. Создание серии эскизов средствами авторской ручной графики является практическим результатом эскизного этапа (рис. 6).

## SKETCHES



Рисунок 6 – Эскизы авторской коллекции «Красавчики», 2023 год

Льняные и котонизированные материалы из ассортимента предприятия-изготовителя легли в основу 32 проектируемых изделий, коллекция на 95 % состоит из льносодержащих материалов различной структуры и назначения, среди них ткань с эффектом мягкости и умягчения, с трикотажным эффектом, ткань сорочечная и декоративная интерьерного назначения. Предприятие уделяет особое внимание ассортименту мужской межсезонной одежды, о необходимости которой заявлено руководством в техническом задании. Методы конструирования и способы обработки изделий мужской одежды позволили добиться совер-

шенства внешнего вида, что наилучшим образом воздействует на покупателя. Цветовая гамма, свежесть и оригинальность, с точки зрения мировых трендов, характеризует новизну коллекции, включающей 8 комплектов повседневного назначения (рис. 7).

Специалистами отдела маркетинга РУПТП «Оршанский льнокомбинат» проведен опрос среди 148 респондентов с целью выявления эффективности и привлечения новой возрастной категории к качественному отечественному производителю льняной продукции. Результаты опроса отражены в авторской таблице 1.



Рисунок 7 – Коллекция мужской одежды из льна «Красавчики»  
(дизайнер Никита Захарчук)

Таблица 1 – Результаты опроса респондентов, %

| Критерии                                  | Вариант ответа              |                             |                             |                             |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
|   | Мужской                     |                             | Женский                     |                             |
| Пол                                       | 65                          |                             | 35                          |                             |
| Возраст                                   | До 18 лет                   | 18–24 года                  | 24–35 лет                   | Свыше 35 лет                |
|   | 16                          | 67                          | 7                           | 10                          |
| Привлекательность льняных изделий (до)    | Да                          |                             | Нет                         |                             |
|   | 70                          |                             | 30                          |                             |
| Желание приобрести                        | Да                          |                             | Нет                         |                             |
|   | 99                          |                             | 1                           |                             |
| Средняя ценовая категория                 | До 50 руб.                  | 50–100 руб.                 | 100–150 руб.                | 150–200 руб.                |
|   | нет                         | 42                          | 48                          | 10                          |
| Привлечение внимания                      | Ассортимент                 | Цвет                        | Назначение                  | Другое                      |
|   | 25                          | 60                          | 9                           | 6                           |
| Привлекательность льняных изделий (после) | Да, в положительную сторону | Да, в отрицательную сторону | Нет, осталось положительным | Нет, осталось отрицательным |
|   | 81                          | нет                         | 17                          | 2                           |

Характеристика анализа критериев опроса по эффективности улучшения восприятия внешнего вида коллекции представлена в процентном соотношении. 65 % респондентов – мужчины, 35 % – женщины. Возрастная категория респондентов 18–24 года (67 %). 30 % опрошенных не обращали внимания на изделия из льна по причине их мягкости и визуальной однообразности.

Одной из задач проектантов является воздействие на изменение мнения данной категории потребителей. Другая часть анализа показала, что 99 % респондентов хотели бы видеть коллекцию «YOUNGSTERS» на полках магазинов сети «Белорусский лен» в средней ценовой категории 100–150 белорусских рублей (48 %). В авторской коллекции

потребителей привлекли следующие средства: цвет (60 %), силуэт (25 %), членения (9 %) и пропорции (6 %). Показатели внешнего вида коллекции отображены в виде авторской диаграммы на рисунке 8 [6].

Результативность коллекции – финалист Международного фестиваля «Свята льну. Роднае моднае» (г. Минск), обладатель почетного знака Вячеслава Зайцева «Серебряный феникс» Международного фестиваля «Плес на Волге. Льняная палитра» (г. Плес, Ивановская обл.), обладатель почетного знака за развитие дизайна «Серебряный манекен» XIX Международного конкурса «Сибирский кутюр» (г. Новосибирск). Коллекция демонстрировалась на мероприятиях республиканского уровня:

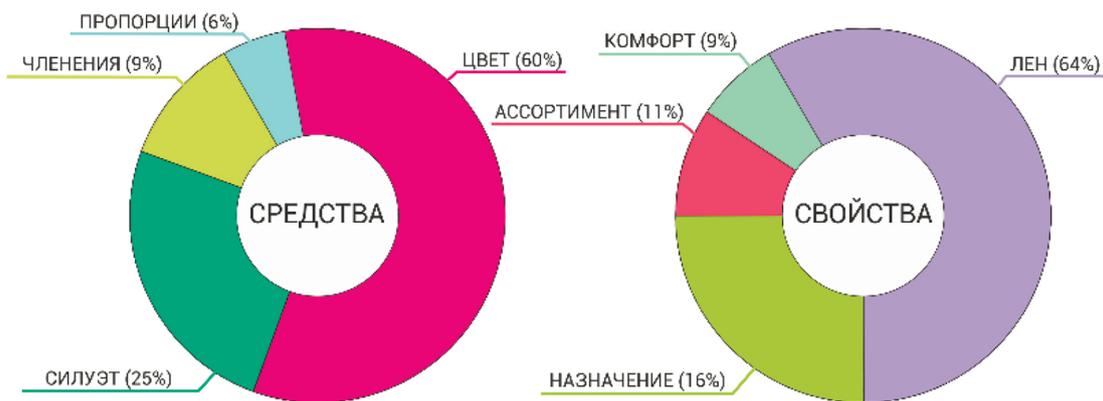


Рисунок 8 – Диаграмма показателей внешнего вида коллекции «Красавчики»

культурно-спортивный фестиваль «Вытоки. Шаг до Олимпа» (г. Жлобин, г. Барановичи, г. Слоним, г. Глубокое, г. Костюковичи, г. Борисов), организованный Национальным олимпийским комитетом; Республиканские этапы конкурсов «Мисс и Мистер студенчество Республики Беларусь – 2023» и «Студент года – 2023», организованные ЦК ОО «БРСМ» (г. Минск). За высокие результаты на мероприятиях различного уровня автор удостоен премии ОО «БРСМ» «Достижение» в номинации «Творческая молодежь».

За период обучения (2021–2024 гг.) автором принято участие в 17 конкурсах и фестивалях республиканского и международного уровня, 15 научно-

практических конференциях и 153 мероприятиях, организованных ОО «БРСМ», Витебским областным исполнительным комитетом, Минским городским исполнительным комитетом, концерном «Беллегпром», Национальным олимпийским комитетом Республики Беларусь, Министерством образования Республики Беларусь, Министерством культуры Республики Беларусь и Администрацией Президента Республики Беларусь. Благодаря цикличному участию в 3 конкурсах, 2 фестивалях и 1 научно-практической конференции республиканского и международного уровня, можно проанализировать динамику привлекательности авторского творчества по критерию уровня оценки экспертными комиссиями (рис. 9).

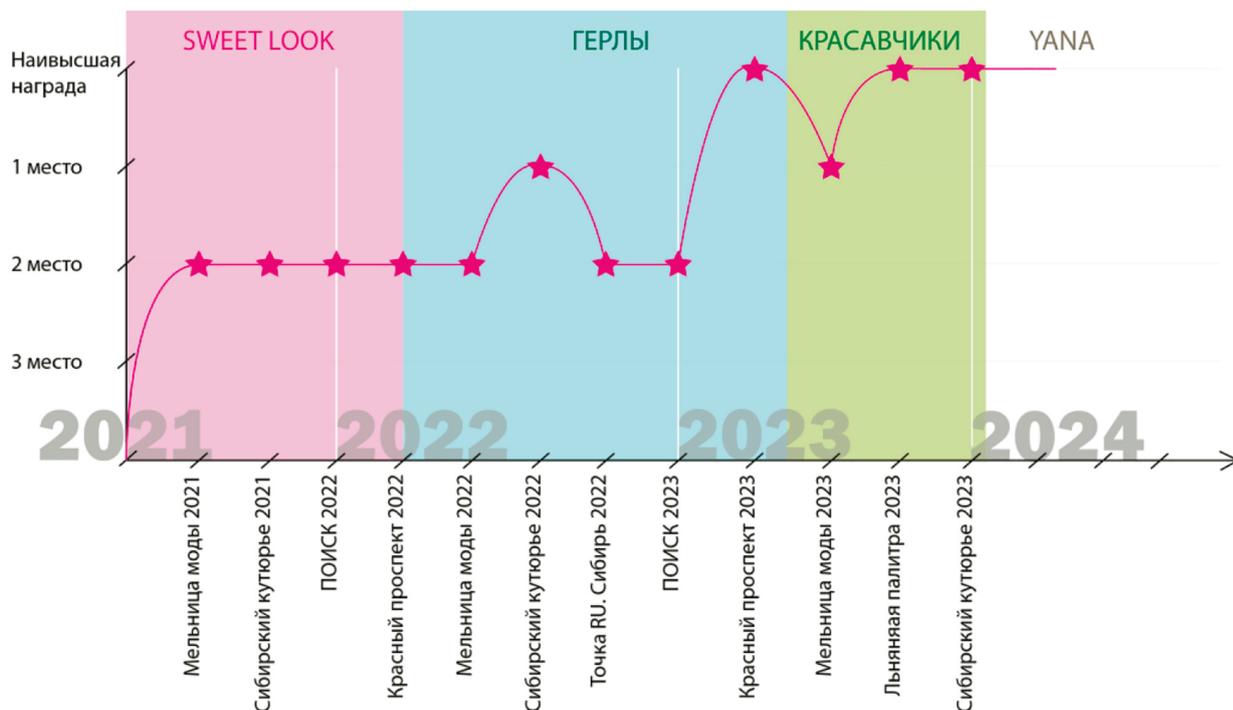


Рисунок 9 – Динамика привлекательности авторского творчества

По кривой линии динамики привлекательности прослеживается устойчивое восприятие авторской коллекции «SWEET LOOK», проект «Герлы» характеризуется постепенным ростом и большим периодом актуальности: с момента первой демонстрации по настоящее время. Новым этапом в развитии личного бренда стал переход к коллекции «Красавчики»: данный проект получил высокую оценку в профессиональном поле, о чем свидетельствует ряд государственных наград. Но в сравнительном анализе с коллекцией «Герлы» выявлена краткосрочность периода ношения изделий коллекции, связанной с сезонностью и промышленным направлением проекта. Данный критерий подтверждает новаторство авторской коллекции женской одежды «Герлы» как основы ДНК личного бренда.

В результате анализа, выявлены следующие отличительные особенности в разрезе авторского творчества:

- перенос идей информационно-просветительской работы с молодежью в концепцию «трансляции личной истории через творчество», с целью поддержки института семьи, как важнейшего источника формирования и развития личности, накопления и передачи традиций, духовных и нравственных ценностей [7];

- трансформация мотивов белорусского народного костюма как инструмента сохранения традиции Республики Беларусь и идентификации белорусского народа;

- применение сегментирования устойчивой моды в конструировании и технологии новых моделей одежды. Юзабилити таких его сегментов как муляжирование, использование экоматериалов и материалов старого образца, ремоделирование остатков кроя и другие;

- применение информационных технологий с целью продвижения авторских коллекций. Создания большого количества имиджевых роликов и продуктов графического дизайна для адаптации в СМИ и новых медиа.

Результативность проектирования авторских коллекций, заявленных на областных, республиканских и международных мероприятиях, направленных на развитие молодежной политики Республики Беларусь, продемонстрировала высокий уровень подготовки молодого специалиста в области дизайна костюма и тканей и отражена в 17 научных материалах.

Возможности публикации авторских коллекции и способы их транслирования расширяют диапазон влияния на престиж профессии, абитуриентов и имиджевый статус УО «Витебский государственный технологический университет».

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. burdastyle.ru [Электронный ресурс] / Модный словарь: что такое ДНК стиля? – Москва, 2024 – Режим доступа: <https://burdastyle.ru/stati/modnyj-slovar-cto-takoe-dnk-stilya> – Дата доступа: 22.04.2024.
2. 101da.ru [Электронный ресурс] / ДНК бренда одежды и как его создать – Москва, 2024 – Режим доступа: <https://101da.ru/dnk-brenda-odezhdy> – Дата доступа: 22.04.2024.
3. Проектирование одежды на конкурсной основе / Л. В. Попковская, Н. С. Захарчук – Материалы докладов 54-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов УО «ВГТУ», 2021. – С. 72–74.
4. Народный костюм как источник вдохновения молодых дизайнеров / С. Н. Минин, Н. С. Захарчук / В сборнике: Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. Материалы докладов конференции. В 2-х томах. Витебск, 2021. – С. 107–110.
5. Создание имиджевого фотопродукта в рамках учебного процесса / А. В. Мандрик, Н. С. Захарчук / В сборнике: Материалы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. В двух томах. Витебск, 2023. – С. 89–91.
6. Коллекция мужской одежды из льна для молодежи / Н. С. Захарчук, Л. В. Попковская / Молодые ученые – развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). 2023. – № 1. – С. 668–670.
7. president.gov.by [Электронный ресурс] / Традиции суверенной Беларуси. – Минск, 2024 – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/traditions>. – Дата доступа: 02.04.2024.

## REFERENCES

1. burdastyle.ru [Electronic resource] / Fashion dictionary: what is the DNA of style? – Moscow, 2024 – Access mode: <https://burdastyle.ru/stati/modnyj-slovar-cto-takoe-dnk-stilya> – Access date: 04.22.2024.
2. 101da.ru [Electronic resource] / DNA of a clothing brand and how to create it – Moscow, 2024 – Access mode: <https://101da.ru/dnk-brenda-odezhdy> – Access date: 04.22.2024.
3. Designing clothing on a competitive basis / L. V. Popkovskaya, N. S. Zakharchuk – Materials of reports of the

54th international scientific and technical conference of teachers and students of the educational institution "VSTU", 2021. – pp. 72–74.

4. Folk costume as a source of inspiration for young designers / S. N. Minin, N. S. Zakharchuk / In the collection: Materials of reports of the 54th International Scientific and Technical Conference of Teachers and Students. Materials of conference reports. In 2 volumes. Vitebsk, 2021. – pp. 107–110.

5. Creation of an image photo product within the framework of the educational process / A. V. Mandrik, N. S. Zakharchuk. In the collection: Materials of reports of the 56th International Scientific and Technical Conference of Teachers and Students. In two volumes. Vitebsk, 2023. – pp. 89–91.

6. Collection of men's linen clothing for youth / Zakharchuk N.S., Popkovskaya L.V. Young scientists – development of the National Technology Initiative (SEARCH). 2023. – No. 1. – P. 668–670.

7. president.gov.by [Electronic resource] / Traditions of sovereign Belarus. – Minsk, 2024 – Access mode: <https://president.gov.by/ru/belarus/traditions>. – Access date: 04.02.2024.

### SPISOK LITERATURY

1. burdastyle.ru [Elektronnyy resurs] / Modnyy slovar': chto takoye DNK stilya? – Moskva, 2024 – Rezhim dostupa: <https://burdastyle.ru/stati/modnyj-slovar-chto-takoe-dnk-stilya> – Data dostupa: 22.04.2024.

2. 101da.ru [Elektronnyy resurs] / DNK brenda odezhdy i kak yego sozdat' – Moskva, 2024 – Rezhim dostupa: <https://101da.ru/dnk-brenda-odezhdy> – Data dostupa: 22.04.2024.

3. Proyektirovaniye odezhdy na konkursnoy osnove / L. V. Popkovskaya, N. S. Zakharchuk – Materialy dokladov 54-y mezhdunarodnoy nauchno-tekhnicheskoy konferentsii prepodavateley i studentov UO «VGTU», 2021. – s. 72–74.

4. Narodnyy kostyum kak istochnik vdokhnoveniya molodykh dizaynerov / S. N. Minin, N. S. Zakharchuk / V sbornike: Materialy dokladov 54-y Mezhdunarodnoy nauchno-tekhnicheskoy konferentsii prepodavateley i studentov. Materialy dokladov konferentsii. V 2-kh tomakh. Vitebsk, 2021. – S. 107–110.

5. Sozdaniye imidzhevogo fotoprodukta v ramkakh uchebnogo protsessa / Mandrik A.V., Zakharchuk N.S. V sbornike: Materialy dokladov 56-y Mezhdunarodnoy nauchno-tekhnicheskoy konferentsii prepodavateley i studentov. V dvukh tomakh. Vitebsk, 2023. – S. 89–91.

6. Kolleksiya muzhskoy odezhdy iz l'na dlya molodezhi / Zakharchuk N.S., Popkovskaya L.V. Molodyye uchenyye - razvitiyu Natsional'noy tekhnologicheskoy initsiativy (POISK). 2023. – № 1. – S. 668–670.

7. president.gov.by [Elektronnyy resurs] / Traditsii suverennoy Belarusi. – Minsk, 2024 – Rezhim dostupa: <https://president.gov.by/ru/belarus/traditions>. – Data dostupa: 02.04.2024.

Статья поступила в редакцию 29.04.2024.