ЧЖАН ЦЗЮНЬЦИН
Аспирант, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Маньчжурский институт русского языка
e-mail:junqingzhang.zjq@gmail.com

А.Г. ПУШКАРЕВ
Профессор, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
e-mail: Pushkarev-AG@rguk.ru

ZHANG JUNQING
PhD student, Kosygin Russian State University, Manzhouli Intemational Vocational College
e-mail:junqingzhang.zjq@gmail.com

A.G. PUSHKAREV
Professor, Kosygin Russian State University
e-mail: Pushkarev-AG@rguk.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_2_2_527_542

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ ИННОВАЦИОННОГО ПРИМЕНЕНИЯ ЦВЕТОВОЙ ПАЛИТРЫ МОНГОЛЬСКИХ ОРНАМЕНТОВ В БРЕНД-ДИЗАЙНЕ

RESEARCH ON INNOVATIVE APPLICATION METHODS OF MONGOLIAN PATTERN COLORS IN BRAND DESIGN

Колористика монгольских орнаментов, являясь важным визуальным символом национальной культуры, содержит в себе глубокое культурное наследие, уникальную эстетическую концепцию и ярко выраженный национальный дух. Данное исследование фокусируется на том, как инновационно применить это культурное достояние в дизайне визуальной идентичности бренда, чтобы повысить его культурную узнаваемость и эмоциональный отклик. В статье предложены три метода: метод прямого применения, метод извлечения и реконструкции, а также

метод многокомпонентного синтеза. путем анализа конкретных практических путей и ключевых моментов дизайна в применении этих методов. Исследование направлено на изучение путей трансформации и обновления колористики монгольских орнаментов в современном бренд-дизайне. Это призвано наделить бренды уникальным национальным культурным кодом, а также предоставить практические методы и теоретическую поддержку для живой передачи и инновационного развития традиционного национального искусства.

As a vital visual symbol of ethnic culture, the colors of Mongolian patterns embody profound cultural heritage, unique aesthetic values, and a distinctive national spirit. This study focuses on the innovative application of this cultural treasure in brand visual identity design, aiming to enhance brand cultural recognition and emotional resonance. Three methods are proposed: direct application, extraction and reconstruction, and multicultural integration. By analyzing the practical pathways and key design considerations of these methods, this research explores the transformation and revitalization of Mongolian pattern colors in contemporary brand design, thereby infusing brands with a unique ethnic cultural gene. Furthermore, it provides practical design approaches and theoretical support for the dynamic preservation and innovative development of traditional ethnic art.

Ключевые слова: цветовой гаммы монгольских орнаментов; бренд-дизайн; инновационные методы применения; модернизация традиционных цветов; интеграция культурных элементов.
Keywords: Mongolian pattern colors; brand design; innovative application methods; modernization of traditional colors; integration of cultural elements

В контексте растущего внимания мирового дизайна к ценности локальных культур, национальные визуальные элементы становятся важным ресурсом для создания уникального имиджа бренда и повышения его культурной узнаваемости. Уникальная колористика монгольского народа формирует его узнаваемый визуальный символ, обладающий исключительной степенью узнаваемости [1, с. 327]. Колористика монголь-

ских орнаментов обладает мощной визуальной выразительностью, глубоким символическим значением и уникальной эстетической ценностью, что делает её высокоузнаваемым символом национальной культуры. Однако в современном бренд-дизайне отсутствуют систематические методы их инновационной трансформации, что не позволяет в полной мере раскрыть их культурную ценность и современную привлекательность. Следовательно, важной задачей, требующей безотлагательного решения, является то, как научно, системно и инновационно внедрить квинтэссенцию колористики монгольских орнаментов в дизайн современной визуальной идентичности бренда, чтобы достичь органического единства традиционного и современного, национального и интернационального. Применительно к вышеуказанным проблемам, в данном исследовании предлагаются инновационные проектные рамки, включающие: прямое применение для цели сохранения аутентичности; извлечение и реконструкцию для символического преобразования; многокомпонентный синтез для межкультурных инноваций. Настоящее исследование нацелено на создание комплексной методологической системы, сочетающей теоретическую основу и практическую применимость. Данная система призвана решить проблему эффективной интеграции традиционных элементов в современные системы визуальной идентификации брендов, а также способствовать живой передаче и инновационному развитию монгольской культуры в сфере дизайна.

1. Прямое применение

Метод прямого использования обеспечивает преемственность искусства и культуры орнамента за счёт максимального сохранения его исходных формальных характеристик, цветовых сочетаний и композиционного построения [2, с. 29]. Использование колористики монгольских орнаментов в бренд-дизайне позволяет достоверно воспроизводить аутентичную палитру классических орнаментов, максимально сохраняя их исходный культурный код и визуальную эстетику, что способствует созданию яркой национальной идентичности бренда.

1.1. Отбор типичной цветовой гаммы орнаментов

Колористика монгольских орнаментов несёт в себе глубокое культурное содержание и уникальное национальное чувство. Её прямое применение в визуальной идентичности бренда позволяет эффективно передать его уникальность и культурную значимость.

При столкновении с многообразием монгольских орнаментов дизайнер должен глубоко изучить ключевые ценности бренда, его позиционирование и потребности целевой аудитории, чтобы отобрать те образцы монгольских орнаментов, которые наиболее точно соответствуют концепции бренда, являются наиболее репрезентативными и узнаваемыми, используя их в качестве базового материала. Например, логотип алкогольной компании «Монгол Ван» использует в качестве ключевого элемента дизайна символ Сульде, олицетворяющий силу, мужество и власть. Использование золотого цвета, который ассоциируется с благородством и славой, подчеркивает премиальный статус бренда на рынке крепких алкогольных напитков. На упаковке продуктов серии «Золотая Семья J12» (Рис. 1) бренд напрямую интегрировал традиционные монгольские орнаменты и цветовые элементы. Для оформления были выбраны красный, синий, жёлтый, зелёный, золотой и серебряный цвета. Здесь красный символизирует страсть и энергию, синий означает благопожелание и вечность, жёлтый олицетворяет радость и надежду, зелёный передаёт продолжение природы и жизни, золотой демонстрирует благородство и изящество, а серебряный воплощает чистоту и святость. На алкогольной упаковке также нанесены традиционные монгольские орнаменты, включая орнамент «Хамур» (монг. «хамар» — «нос», узор в виде носа коровы) и «закрученные травы». Хамур означает пожелание благополучия и счастья, а завиток трав символизирует упорство жизни и её вечное продолжение. Использование этих узоров и цветов не только усиливает декоративность упаковки, но и передаёт богатое культурное наследие бренда.



Рис. 1. Упаковка алкогольной продукции серии "Золотая Орда J12"

Путем отбора характерных элементов монгольских орнаментов и цветовой палитры и их прямого внедрения в дизайн визуальной идентичности бренда можно эффективно продемонстрировать его уникальность, передать особое очарование монгольской культуры, что позволит бренду выделиться на фоне конкурентов и завоевать признание потребителей.

1.2. Сохранение аутентичного стилистического звучания

При прямом применение элементов колористики монгольских орнаментов в дизайне визуальной идентичности бренда крайне важно сохранять их исходное стилистическое своеобразие и эстетическое зву-

чание. Пройдя тысячелетний путь развития и преемственности, колористика монгольских орнаментов сформировала уникальный художественный стиль и культурную выразительность. Если в процессе применения эти характеристики будут искажены или утрачены, станет невозможной аутентичная трансляция культурного содержания монгольского народа, а также достижение глубокой интеграции визуальной идентичности бренда с монгольской культурой.



Рис. 2. Логотип бренда баранины с пастбищ Хулун-Буира

Колористика монгольских орнаментов характеризуется яркими и контрастными сочетаниями, такими как комбинации дополнительных цветов — синего с жёлтым, зелёного с красным, — что создаёт мощный визуальный эффект [3, с. 145]. При использовании данной палитры в дизайне визуальной идентичности бренда необходимо сохранять аутентичные принципы цветовых сочетаний, обеспечивая баланс контраста и гармонии между оттенками. Например, логотип бренда баранины с хулунбуирских степей (Рис. 2) интегрирует такие элементы, как овца, степь, юрта и солнце. В нём использованы характерные для монгольских орнаментов цвета — красный, синий, жёлтый, зелёный, золотой и белый, — которые применяются в соответствии с традиционными пропорциями и принципами сочетания. Применение художественного приёма золочения, характерного для монгольского орнамента, делает палитру логотипа яркой и эффектной, создавая мощное визуальное воздействие. Это не только отражает стремление бренда к природности и здоровью, но и передаёт глубокий смысл монгольской культуры — любовь к природе и эмоциональную экспрессию. Произвольное изменение пропорций или сочетаний этих пяти цветов может привести к дисгармонии в палитре и невозможности передать уникальное очарование колористики монгольских орнаментов.

Сохранение аутентичного стилистического звучания колористики монгольских орнаментов является ключевым принципом метода прямого применения. Лишь при условии полного уважения и сохранения её исходного художественного стиля и культурной выразительности в процессе проектирования визуальный образ бренда может быть подлинно обогащён элементами монгольской культуры, обрести уникальное культурное очарование и завоевать признание потребителей.

2. Извлечение и реконструкция

Извлечение и реконструкция представляют собой метод проектного мышления, при котором дизайнер выделяет ключевые элементы из существующих объектов и через творческую трансформацию и системную реорганизацию формирует инновационное проектное решение [4, с. 138]. Применительно к использованию колористики монгольских орнаментов в бренд-дизайне, извлечение цветовых элементов подразумевает точное выявление и систематизацию традиционной палитры, тогда как реконструкция цветового образа означает их творческое преобразование и современную адаптацию. Сочетание этих двух процессов позволяет не только сохранить культурный код, но и добиться глубокого резонанса между традиционной палитрой и айдентикой бренда.

2.1. Выделение цветовых элементов орнамента

Выделение цвета, то есть выделение цветовой палитры из объекта дизайна, обычно применяется в проектах, где цветовая гамма сама по себе обладает ярко выраженным визуальным воздействием [5, с. 305]. Ключевым аспектом и предпосылкой данного метода является точное извлечение элементов колористики монгольских орнаментов, что формирует основу для системного цветового решения в современных брендах. Данный этап представляет собой научный и систематический анализ и фиксацию цветовой информации, содержащейся в традиционных монгольских орнаментах, создавая базу для последующего проектирования.

Процесс выделения цветовых элементов орнамента в основном включает следующие этапы: во-первых, в соответствии с дизайн-концепцией соответствующего проекта осуществляется отбор типичных образцов орнаментов, которые ей соответствуют; Во-вторых, осуществляется сбор цвета с использованием инструментов для сэмплирования (таких как цветовые веера, пипетки, профессиональное программное обеспечение), фиксируя различные цвета, их пропорции и комбинационные взаимоотношения в орнаменте; в-третьих, проводится углублённый анализ символического значения и духовного смысла каждого цвета, понимание правил применения и табуированных запретов использования цвета в конкретном орнаменте. Например, при разработке цветовой палитры бренда Маньчжурского института русского языка для подчеркивания его уникальности как учреждения, расположенного в приграничном городе на стыке Китая, России и Монголии, использующего преимущества своего расположения на «Евразийском сухопутном мосту», интегрирующего

современное профессиональное образование с духом степной культуры и акцентирующего образовательную философию «открытости, гуманизма и инноваций», а также для передачи благоприятной семантики мудрости, роста и преемственности, была осуществлена выделения цветовых элементов монгольских орнаментов (Таблица 1). Путем отбора и анализа образцов колористики монгольских орнаментов были выбраны тёмно-синий, травянисто-зелёный и золотисто-красный в качестве цветовых генов, где тёмно-синий символизирует безграничную мудрость небес, травянисто-зелёный — жизненную силу и надежду, а золотисто-красный — славу и преемственность мастерства.

Таблица 1. Дизайн цветовой схемы бренда Маньчжурского института русского языка — Извлечение цветов. Источник: Составлено автором

Номер	Образец узора	Прототип цветового фактора	Экстракция цветового фактора	Символическое значение
1			C95 M95 Y15 K0	Мудрость, открытость, профессиональная глубина.
2			C60 M15 Y95 K0	Способность к росту, практика навыков.
3			C25 M40 Y85 K0	Передача мастерства, профессиональная гордость.

2.2. Реконструкция цветового образа орнамента

Реконструкция не является простым копированием извлечённых цветов, а представляет собой творческую трансформацию и применение, основанные на выделенных цветовых генах и культурной семантике, с учётом позиционирования бренда, целевой аудитории, медианосителей и дизайнерской эстетики. Данный процесс позволяет традиционной

палитре сохранять культурные корни, одновременно соответствуя современным эстетическим и коммуникационным требованиям.

Процесс реконструкции цветового образа орнамента в основном включает следующие этапы: во-первых, отбор одного-трёх наиболее репрезентативных для ценностей бренда цветов из извлечённой палитры в качестве цветовой основы, упрощение сложной цветовой иерархии традиционных орнаментов при сохранении ключевых цветовых соотношений и символических значений. Во-вторых, адаптация яркости, чистоты, оттенков и пропорций цветов в соответствии с идентичностью бренда, создание инновационных цветовых сочетаний для соответствия современной минималистичной эстетике и применения в современных материалах или цифровых технологиях. В-третьих, установление связи между символикой цветов орнаментов и ключевыми концепциями бренда, отражение ключевых ценностей и индивидуальности бренда через реконструированные цветовые комбинации. На этапе реконструкции цветовая палитра бренда Маньчжурского института русского языка утвердила тёмно-синий, травянисто-зелёный и золотисто-красный в качестве ключевых цветовых генов (Таблица 2). Традиционный тёмно-синий цвет был адаптирован в более чистый и светоносный технологический оттенок — «Северно-граничный синий» (c100 m70 y0 k0), что соответствует технологическому и открытому позиционированию института; Травянисто-зелёный цвет приобрёл повышенную насыщенность для усиления ощущения свежести и был назван «Степной зелёный» (c70 m0 y100 k0), что перекликается с специализацией института в области экологичности и интеллектуального производства; Золотисто-красный цвет был преобразован в матовый светлый золотой оттенок «Золото государственных врат» (c0 m15 y55 k15), что позволяет избежать ощущения роскоши и воплощает присущее профессиональному образованию стремление к совершенству, характерное для духа мастерства. Основным цветом выбран «Северно-граничный синий», символизирующий современный институт под сенью мудрых небес; вспомогательным цветом выступает «Степной зелёный», метафорически означающий рост профессиональных навыков на плодотворной почве практики; акцентным цветом выступает «Золото государственных врат», передающее профессиональную гордость, выраженную в принципе «постоянного стремления к совершенству».

Данная цветовая комбинация передаёт ключевой образ «Света мастерства, укоренённых в плодородной почве Северных рубежей», пре-



Рис. 3. Фирменная цветовая схема Маньчжурского института русского языка

образуя благоговение монголов перед небосводом (Тэнгри) и веру в жизненную силу степи в духовный тотем современного профессионального образования, культивирующего квалифицированные кадры и несущего миссию охраны государственных рубежей (Рис. 3).

Таблица 2. Дизайн цветовой схемы бренда Маньчжурского института русского языка — Реконструкция цветов. Источник: Составлено автором

Номер	Экстракция цветового фактора	Трансформация дизайна	Реорганизация цвета	Цветовая образность
1	C95 M95 Y15 K0	Настроить на более чистый и прозрачный оттенок технологического синего цвета, присвоить название «Синий цвет северных рубежей» и установить в качестве основного цвета.	C100 M70 Y0 K0	«Синий цвет северных рубежей» — это образовательный ландшафт, где знания безграничны, как небесный свод.
2	C60 M15 Y95 K0	Повысить насыщенность цвета, усилить ощущение свежести, присвоить название «Зелёный цвет степей» и установить в качестве дополнительного цвета.	C70 M0 Y100 K0	«Зелёный цвет степей» — это траектория роста навыков, подобная пробивающейся сквозь почву весенней траве.

3	C25 M40 Y85 K0	Настроить на матовый светло-золотистый цвет, присвоить название «Золотой цвет государственной границы» и установить в качестве акцентного цвета.	C0 M15 Y55 K15	«Золотой цвет государственной границы» — это будущее приграничных регионов, где ученики подобны восходящему солнцу.

Применение цветовой палитры монгольских орнаментов в бренд-дизайне через метод извлечения и реконструкции представляет собой творческий процесс трансформации: от традиционного к современному, от конкретного к абстрактному, от культурного символа к брендовому коду. Извлечение обеспечивает уникальность истоков дизайна и культурный фундамент, тогда как реконструкция придаёт эксклюзивную фирменную ценность и современную жизненность. Успешное применение позволяет не только создать мощную визуальную идентификацию, но и передавать потребителям глубинный культурный смысл и эмоциональную ценность бренда через этот цветовой язык.

3. Многокомпонентный синтез

Метод многокомпонентного синтеза предполагает органичную интеграцию квинтэссенции колористики монгольских орнаментов с современным дизайнерским языком и другими культурными элементами для создания инновационного визуального выражения, сочетающего национальную глубину и международное видение.

3.1. Интеграция с современными стилями дизайна

В процессе развития визуального искусства, по мере того как длительное воздействие пёстрого многообразия цветов постепенно вызывало у массовой аудитории эстетическую усталость, минималистичный цветовой дизайн стал новой тенденцией развития[6, с. 398]. В сфере дизайна визуальной идентичности бренда, синтез колористики монгольских орнаментов с современным дизайнерским стилем позволяет создавать цветовые образы, которые сочетают в себе традиционное звучание с современными характеристиками, тем самым удовлетворяя растущие и диверсифицированные эстетические потребности современных потребителей.

Благодаря своему уникальному художественному обаянию и глубокому культурному содержанию, колористика монгольских орнаментов наполняет визуальную идентичность бренда новым смыслом и энергией, помогая бренду выделиться на фоне интенсивной рыночной конкуренции. Например, в дизайне логотипа коммерческого банка Внутренней Монголии (Рис. 4) в качестве креативных элементов использованы орёл монгольских степей и древняя монета, что отражает его региональную идентичность и финансовую принадлежность. Дизайнер стилизовал и абстрагировал изображение орла, придав его линиям более лаконичные и плавные очертания. Символическое изображение парящего степного орла искусно интегрировано с символом древней монеты, что олицетворяет постоянное самопреодоление и стремление к высшему совершенству — ключевые качества данного бренда. В цветовом решении были выбраны синий и золотой — цвета, крайне распространённые в орнаментах монгольских национальных костюмов. Синий символизирует благое предзнаменование и благополучие, в то время как золотой олицетворяет авторитет и благородство. Золотой цвет, используемый в качестве акцентного, формирует контрастное сочетание с основным синим, что не только повышает узнаваемость бренда, но и подчеркивает насыщенный национальный колорит. Данный дизайн, сохраняя лаконичную эстетику современного минимализма, умело интегрирует культурное содержание колористики монгольских орнаментов. Для достижения глубокой интеграции цветовой палитры монгольских орнаментов с современным дизайнерским стилем, дизайнеру необходимо глубоко проанализировать особенности современного дизайна, а также тщательно изучить культурное содержание монгольской орнаментальной цветовой палитры.

蒙商银行
MENG SHANG BANK

Рис. 4. Логотип коммерческого банка Внутренней Монголии

В перспективе футуристический дизайн, насыщенный мистицизмом и технологичностью, будет оставаться актуальным и авангардным [7, с. 453]. Интеграция колористики монгольских орнаментов с технологическим стилем способна привнести в визуальной идентичности бренда принципиально новый визуальный опыт.

В дизайне визуальной идентичности бренда технологическая выразительность цветовой палитры монгольских орнаментов реализу-

ется главным образом через два направления: во-первых, использование графических элементов с технологичной эстетикой, которые путём геометризации и абстрагирования трансформируются в футуристические графические элементы, кинетические символы или оцифрованные визуальные элементы, выстраивая диалог между графикой и технологическим контекстом; Во-вторых, это технологическая инновация в цветопередаче. С помощью дизайнерских программ и таких приемов, как наложение с прозрачностью, градиентное смешение и полихромное совмещение, цветовая палитра монгольских орнаментов оцифровывается, что позволяет создавать виртуальные светотеневые эффекты и ощущение технологичности. Например, в проекте логотипа платформы интеллектуального образования Внутренней Монголии (Рис. 5) интегрированы формообразующие элементы орнамента «Хамур», деревьев и человеческих фигур, что олицетворяет сущность образования как источника развития и раскрытия потенциала. Ветви дерева образованы модульными геометрическими листьями, включены технологически ориентированные графические символы «светящихся линий» и «пиксельной матрицы», символизирующие, что интеллектуальное образование опирается на такие технологии, как облачные вычисления и большие данные для реализации совместного использования ресурсов; абстрактная человеческая фигура в центре ствола сливается с кроной, символизируя обучающегося, приобретающего знания через платформу. В аспекте цветового решения использованы «монгольский синий», почитаемый монголами, и «технологический синий», символизирующий современную технологичность. Благодаря использованию двух оттенков синего цвета различной глубины, подчёркивается не только вечная миссия развития образования, но и акцентируется мощное стимулирующее влияние технологий на инновации в данной сфере. В данном логотипе за счёт переплетения культурных символов и технологических элементов визуально воплощена миссия «Укорениться в степях, устремляясь в интеллектуальное будущее», что подчёркивает глубокую интеграцию образовательной справедливости и цифрового развития.



Рис. 5. Проект логотипа платформы интеллектуального образования Внутренней Монголии

Интеграция цветовой палитры монгольских орнаментов с эстетикой современного дизайна не только придает бренду уникальное ви-



Рис. 6. Дизайн упаковки лунных пряников «Мэнъюань»

зуальное преимущество, но и значительно повышает его конкурентоспособность на рынке. Благодаря глубокому изучению культурного наследия и тщательной проектной проработке, данный синтез открывает перед брендом широкие перспективы развития, а также предлагает новые векторы для сохранения и инновационного преломления традиционной культуры в контексте современного дизайна.

3.2. Синтез с другими культурными элементами

В контексте эпохи глобализации взаимодействие и взаимопроникновение различных культур стало устойчивой тенденцией [8, с. 79]. Сочетание цветового решения монгольских орнаментов с элементами иных национальных культур или интернациональной эстетики представляет собой эффективный путь для обогащения культурного содержания бренда и расширения его целевой аудитории. Подобный мультикультурный синтез способен придать визуальной идентичности бренда бóльшую глубину и уникальность, что позволяет ему уверенно заявить о себе на глобальном рынке.

Сочетание цветовой палитры монгольских орнаментов с элементами иных национальных культур способствует созданию визуального языка, обогащённого мультикультурным синтезом, что наглядно демонстрирует идеи культурного многообразия и инклюзивности. В процессе длительного совместного развития монгольского народа с другими этносами их культуры подверглись взаимному влиянию и обогащению, что способствовало углублению многокультурного синтеза. Например, интеграция цветового решения монгольских орнаментов с элементами ханьской культуры позволяет создавать бренд-идентичность с уникальной эстетической привлекательностью. В дизайне упаковки лунных пи-

рожных «Мэнъюань» (Рис. 6), в основе которого заложена концепция «Степное благословение-дарование», были стилизованы ключевые элементы монгольской культуры: юрта, облака счастья (сянъюнь) и степные просторы. Основная цветовая гамма построена на почитаемых монгольцами синем и белом цветах, с органичным включением красного и золотого — цветов, символизирующих благополучие в ханьской культуре. В графическом дизайне использована техника иллюстрации в стиле «Го Чао» (китайская новая волна), что позволило упаковке сочетать насыщенный монгольский колорит с яркой эстетикой современного китайского тренда. Подобное решение даёт потребителям возможность прочувствовать уникальное очарование китайской культуры — её единство в многообразии и гармонию сосуществования различных элементов.



Рис. 7. Эмблема 10-летия Маньчжурского института русского языка

Интеграция международных культурных элементов способствует формированию глобального потенциала бренда, привлекая внимание более широкой потребительской аудитории. Учитывая цветовые предпочтения различных стран, сочетание традиционной палитры монгольских орнаментов с символичными цветовыми решениями других культур позволяет создавать бренд-имидж, сочетающий этническую идентичность с международной ориентированностью. Например, эмблема к 10-летию Маньчжурского института русского языка (Рис. 7), разработанная под девизом «Десять лет наследия — скачущий конь устремлён в будущее», органично объединяет цифру «10», изображение учебного корпуса, скакуна, благопожелательных облаков и земного шара. Благодаря художественной обработке этих элементов лаконично передаётся праздничная сущность юбилея и отражается славный путь развития учебного заведения. Цветовое решение опирается на палитру традиционных монгольских орнаментов, интегрируя символичные для Китая, России и Монголии цвета — красный, жёлтый, синий и белый, что подчёркивает интернациональный характер учебного заведения и его открытость к межкультурному диалогу. Данная эмблема отличается выверенной композицией и многогранной символикой, олицетворяя не только десятилетний путь динамичного развития и достижений колледжа, но и открывающуюся перспективу будущего роста и стратегическое видение.

Параллельно с этим, цветовая палитра монгольских орнаментов может интегрироваться с культурными атрибутами современных медиа — аниме, кинематографа, поп-музыки. В частности, учитывая глобальную популярность аниме-культуры, синтез традиционных монгольских цветовых решений с визуальными элементами аниме позволяет формировать креативные бренды сувенирной продукции, обладающие актуальной эстетикой и игровой динамикой. При разработке продуктов культурного творчества целесообразно выпускать серии аниме-сувениров с монгольской тематикой, совмещающих исторических персонажей, анималистические орнаменты и другие элементы монгольской культуры с эстетикой аниме-графики, что позволяет создавать продукты с утончённым дизайном.

В заключение следует подчеркнуть, что интеграция цветовой палитры монгольских орнаментов с элементами иных культур требует соблюдения ключевого принципа: при сохранении аутентичности монгольской культурной идентичности необходимо учитывать специфику и семантику других культурных элементов, выявлять их синергию и комплементарность. Посредством инновационных дизайнерских решений достигается органичный синтез мультикультурных компонентов, что придает визуальному образу бренда новое дыхание, обогащает его культурную семиосферу, расширяет целевую аудиторию и усиливает международный рейтинг бренда.

Заключение

Настоящее исследование формирует систему методологических подходов к инновационному применению цветовой палитры монгольских орнаментов в дизайне бренд-визуализации, включая методы «прямое применение», «извлечение и реконструкцию» и «многокомпонентный синтез». Эти подходы не изолированы, а образуют взаимосвязанный и комплементарный методический комплекс. Дизайнеры могут гибко выбирать или комбинировать их в зависимости от позиционирования бренда, целевой аудитории и конкретных коммуникативных задач. Практика подтверждает, что интеграция монгольской орнаментальной колористики в визуальную идентичность бренда не только значительно повышает его узнаваемость, культурную глубину и эмоциональную насыщенность, но и активизирует жизнеспособность традиционного национального искусства, раскрывая его новый потенциал в современном социокультурном контексте. Это создает прочную культурную основу для дифференциации бренда и открывает практические пути для живой трансмиссии и инновационного

развития нематериального культурного наследия. Перспективы исследования связаны с цифровизацией динамического цветового моделирования, а также с количественной оценкой эмоционального воздействия и рыночной рецепции различных цветовых комбинаций через пользовательские исследования, что позволит оптимизировать методику и усилить её эффективность в сфере культурного наследия и бренд-инноваций.

Список литературы:

1. *Сун Сяовэй, Чжань Бинхун.* Выделение и дизайнерское применение культурных факторов монгольского костюма // Конструкция упаковки. — 2020. — № 41–10. — С. 325–330. (宋晓薇，詹炳宏．蒙古族服饰文化因子提取及设计应用．包装工程, 2020. — № 41–10: 325–330).

2. *Чжоу Юань.* Исследование дизайна культурно-творческой продукции с узорами облачной накидки эпохи Цин [Диссертация]. — Северо-Китайский политехнический университет, 2022. (周园．清代云肩纹样的文创产品设计研究［硕士学位论文］．华北理工大学, 2022).

3. Амурбат. Обсуждение народных орнаментов монголов // Общественные науки Внутренней Монголии. — 1980. — № 1. — С. 138–146. (阿木尔巴图．谈谈蒙古族民间图案．内蒙古社会科学, 1980. — № 1: 138–146).

4. *Фэн Юань.* Комплексный дизайн и применение домашнего текстиля // Художественная литература. — 2019. — № 2. — С. 138–139. (冯媛．家用纺织品的配套设计与应用．美术文献, 2019. — № 2: 138–139).

5. *Цзян Сыцзюй, Лу Чжанпин, Ли Минчжу.* Исследование и применение диверсифицированного дизайна культурно-творческой продукции // Конструкция упаковки. — 2021. — № 42–14. — С. 302–311. (蒋驷驹，卢章平，李明珠．文化创意产品多元化设计研究与应用．包装工程, 2021. — № 42–14: 302–311).

6. *Чжан Хунлян.* Исследование тенденций развития цветового выражения в современном графическом дизайне // Конструкция упаковки. — 2022. — № 42–14. — С. 397–401. (张洪亮．当代平面设计中色彩表现的发展趋势探究．包装工程, 2022. — № 42–14: 397–401).

7. *У Сяоли, Лю Цзюнь.* Особенности и тенденции развития современного нового графического дизайна // Конструкция упаковки. — 2024. — № 45-6. — С. 450–454. (吴晓莉，刘军．当今新平面设计的特征及发展趋势．包装工程, 2024. — № 45-6: 450–454).

8. *Фань Фаньи.* Применение элементов традиционной культуры в современном архитектурном декоративном дизайне // Художественный музей. — 2023. — № 4-4. — С. 79–81. (范方意．传统文化元素在现代建筑装饰设计中的应用．美术馆, 2023. — № 4-4: 79–81).