

Научный журнал «Костюмология» / Journal of Clothing Science <https://kostumologiya.ru>

2024, Том 9, № 2 / 2024, Vol. 9, Iss. 2 <https://kostumologiya.ru/issue-2-2024.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/10IVKL224.pdf>

2.6.16. Технология производства изделий текстильной и легкой промышленности (технические науки)

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Сичкарь, Т. В. Печатные изображения на одежде как вид сувенирной продукции (на примере выставки Н.К. Рериха) / Т. В. Сичкарь, Н. К. Алимова, П. А. Соколова, Ю. С. Тимин // Костюмология. — 2024. — Т. 9. — № 2. — URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/10IVKL224.pdf>

**For citation:**

Sichkar T.V., Alimova N.K., Sokolova P.A., Timin Yu.S. The exhibition of Nicholas Konstantinovich Roerich: art and a journey through time. *Journal of Clothing Science*. 2024;9(2): 10IVKL224. Available at: <https://kostumologiya.ru/PDF/10IVKL224.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

**Сичкарь Татьяна Валентиновна**

АНО ВО «Университет мировых цивилизаций», Москва, Россия  
Декан факультета «Дизайна и цивилизационных коммуникаций»  
Кандидат технических наук, доцент  
E-mail: ditaval@mail.ru

**Алимова Наталья Константиновна**

ООО «Издательство «Мир науки», Москва, Россия  
Генеральный директор  
АНО ВО «Университет мировых цивилизаций», Москва, Россия  
Профессор кафедры «Цивилизационного дизайн»  
Кандидат экономических наук  
E-mail: alimova@mir-nauki.com

**Соколова Полина Андреевна**

АНО ВО «Университет мировых цивилизаций», Москва, Россия  
E-mail: radzeveljuk@mail.ru

**Тимин Юрий Сергеевич**

АНО ВО «Университет мировых цивилизаций», Москва, Россия  
E-mail: yuri.timin@yandex.ru

## Печатные изображения на одежде как вид сувенирной продукции (на примере выставки Н.К. Рериха)

**Аннотация.** В статье рассмотрены особенности фирменного стиля сувенирной продукции, приуроченной к масштабному выставочному проекту «Николай Рерих» в Третьяковской галерее. Для анализа были взяты два варианта толстовок бренда «ТВОЁ»: «Канченджунга» и «Эверест». Печатные изображения на толстовках были проанализированы с точки зрения символики, цветового и шрифтового решения и композиционной целостности.

Было установлено, что дизайн толстовок исполнен в минималистичном стиле, который прослеживается в упрощении композиции, простом преподношении тематики и использовании свободного пространства. В качестве основных символов были выбраны горные пейзажи Н.К. Рериха. Цветовая гамма была составлена в соответствии с цветовой гармонией Иттена. В качестве основной гаммы были подобраны естественные, природные цвета.

На основе этого анализа был создан общий алгоритм разработки фирменного стиля для визуализации данной выставки и предложены дополнительные варианты печатных изображений для сувенирной продукции. Были разработаны стилизованные портреты Николая Рериха. За основы были взяты фотографии, на которых запечатлён художник. А также использованы фрагменты его картин, в которых преобладают аналоговые цвета: от красно-фиолетового до жёлто-оранжевого. В качестве шрифтового элемента использована подпись художника.

**Ключевые слова:** Николай Константинович Рерих; печатный рисунок; сувенирная продукция; толстовка; цветовая гармония; шрифт; мерч; Третьяковская галерея

## Введение

Сувенирная продукция сегодня является важным средством продвижения товара или услуги на потребительском рынке. Изучения сувенирной продукции посвящены работы многих исследователей. Быстрова Т.Ю., Хисматулин А.К. в своей монографии рассматривают теоретические и практические вопросы формирования сувенирной продукции. Сувенир рассматривается как элемент современных социальных коммуникаций, имеющий многообразные смысловые значения. Авторы подчеркивают, потенциально сувениром может стать все, что угодно. Но для того, что отнести вещь к классу сувенирной продукции она должна нести определённую смысловую нагрузку [1].

Ананченкова П.И. и Бурлакова Е.В. рассматривают сувенир как важный канал продвижения продукции, например образовательных услуг высшего учебного заведения [2; 3]. Авторы отмечают, что тема сувенирной продукции тесно связана с такими понятиями как маркетинг, брендинг, психологий социальных коммуникаций.

Акинфеева И.И. и Железняк О.Е. изучают сувенир в качестве особого явления культуры, средства формирования имиджа и идентификации продукта, форму коммуникации, трансляции культурных норм и стереотипов [4].

Вопросы цветовой гаммы сувенира, уделяют в своих работах Глазова М.В. и Денисов В.С. По мнению авторов, при разработке цветовой гаммы необходимо, с одной стороны, учитывать соответствие общей концепции, а с другой, уделять внимание психологическим особенностям потребителей [5].

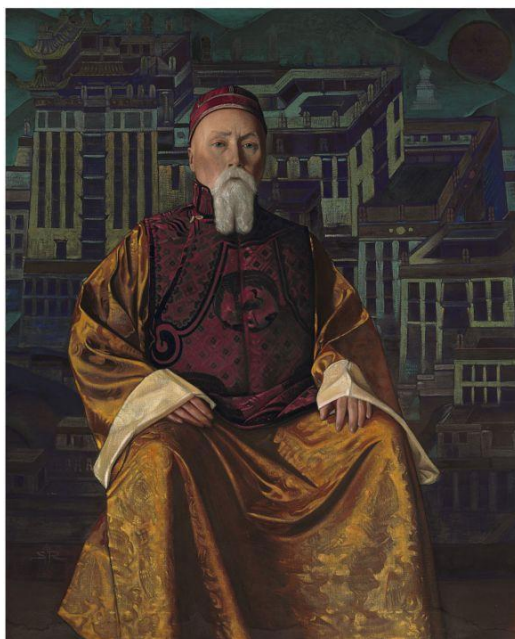
Важную роль в разработке уникального и привлекательного сувенира как визуальной коммуникации играет *айдентика* — набор элементов графического дизайна, благодаря которым создаётся узнаваемый и уникальный образ бренда или компании. В базовую идентификационную составляющую айдентики входят такие элементы, как:

- логотип;
- шрифт;
- паттерны или фирменная графика;
- иллюстрации [6].

С точки зрения визуальной коммуникации синтез данных элементов отражает индивидуальность и ценности бренда для потребителей его продукции. Задача бренда заключается в повышении лояльности со стороны аудитории и помощи людям в реализации собственного потенциала. В современности люди чаще отдают предпочтение продукции, принадлежащей какому-либо бренду, поэтому дизайн сувениров на современном этапе развития постепенно смещается в сторону *мерча*. Данное понятие обозначает продукцию с атрибутикой бренда, обладая которой владелец стремится идентифицировать себя или ощутить причастность к определённой социальной группе [6; 7].

К 150-летию со дня рождения Н.К. Рериха в Третьяковской галерее с 10 октября 2023 года по 10 марта 2024 года прошла выставка которая представила многогранность творческой деятельности художника в период с 1897 по 1947 годы. В экспозицию вошли художественные произведения и документальные материалы.<sup>1</sup>

Николай Константинович Рерих (1874–1947 гг.) — русский художник, философ, путешественник и общественный деятель (рис. 1) [8].



*Рисунок 1. «Портрет Николая Рериха в тибетском одеянии»*

*С.Н. Рериха, 1933 г. Холст, темпера. 152,4×124,5 см. Государственный музей Рерихов*

Картины Николая Константиновича отличаются не только выразительностью композиции и новаторским подходом, но и исторической достоверностью. Важным направлением в творчестве Н.К. Рериха стала тема, связанная с исследованиями археологии и истории древней Руси. Его потребности в усвоении профессиональных навыков обращались к образному языку живописи для того, чтобы воплотить сложные исторические сюжеты на полотнах [9]. Н.К. Рерих задумал живописный цикл под названием «Начало Руси. Славяне», в котором показано гармоничное слияние древнего человека с природой. Среди художников было установлено изображать в исторических картинах известные лица и события. Но на полотне Н.К. Рериха появились безымянные герои древней истории [9].

Творчество Николая Константиновича Рериха сегодня также остается актуальным и представляет наследие российской и мировой культуры.

Масштабный выставочный проект привлёк внимание молодёжи. Молодые люди проявляют интерес к выставкам не только из стремления быть в курсе событий, но также из-за возможности погрузиться в русскую культуру и ознакомиться с музеями и богатой историей страны [10].

*Целью исследования является анализ визуализации мероприятия (выставки художника Рериха Н.К.).*

<sup>1</sup> Николай Рерих // Третьяковская галерея. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.tretyakovgallery.ru/exhibitions/o/nikolay-rerikh/?ysclid=ludyg85iik236863598>.

### Выставка Н.К. Рериха: анализ сувенирной продукции

В честь выставки Николая Константиновича Рериха Третьяковская галерея совместно с брендом «ТВОЁ» представила широкий ассортимент сувенирной продукции.

По данным исследований около 20 % потребителей сувенирной продукции отдают предпочтение худи или толстовкам, как предмету текстильных сувениров [11]. Особенно популярны данные предметы у молодежи.

Для анализа сувенирной продукции, представленной Третьяковской галереей, были взяты два варианта толстовок: «Канчеджунга» чёрного цвета, «Эверест» белого цвета.



**Рисунок 2.** Толстовка Н. Рерих «Канчеджунга» чёрная. Бренд «ТВОЁ»<sup>2</sup>

Фрагмент горного пейзажа «Канчеджунга» Н.К. Рериха изображён на спинке чёрной толстовки (рис. 2).



**Рисунок 3.** Печатный рисунок на текстильной продукции:  
а — изображение фрагмента «Канчеджунга»; б — надпись на толстовке «Николай Рерих»<sup>2</sup>; в — «Канчеджунга» («Гималаи. Канчеджанга»), 1936 г. Картон, темпера. 30,4×45,4 см. Государственная Третьяковская галерея<sup>3</sup>

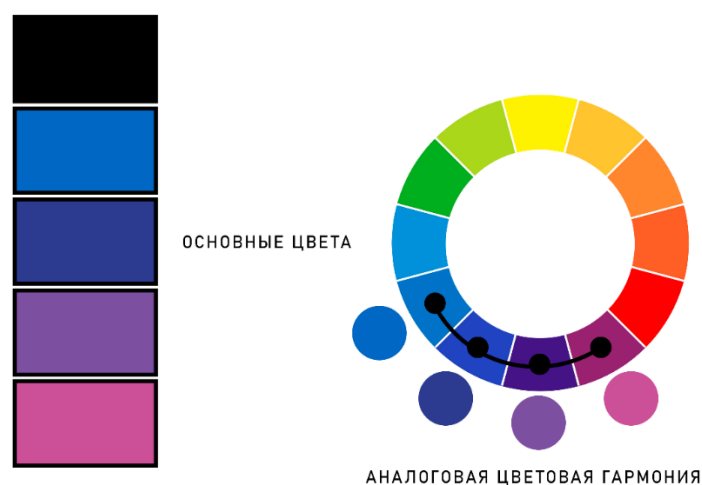
<sup>2</sup> Коллекция Николая Рериха // Третьяковская галерея. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://shop.tretyakovgallery.ru/items/14288>.

<sup>3</sup> Николай Рерих. Серия «Гималаи» // Николай Рерих. Жизнь и творчество. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rerih.org/er/gallery/gimalai>.

Печатное изображение заключено в прямоугольную рамку, состоящую из белых тонких линий. Под нижним левым углом располагается название фрагмента и год создания картины — «Канченджунга 1936». Под правым углом — копия подписи Н.К. Рериха. На передней части сверху присутствует только надпись «Николай Рерих» (рис. 3).

На толстовке расположен только один элемент, насыщенный деталями и содержащий в себе сложные формы — фрагмент картины Н.К. Рериха. Именно на этом символе сделан акцент. Надписи и рамки дополняют и выделяют фрагмент картины, но не отвлекают внимание. В совокупности с фрагментом картины «Канченджунга» эти элементы символизируют музейную картину в раме. Помимо простого преподнесения тематики, в композиции присутствует много свободного пространства на передней части толстовки и спинке [12].

Таким образом, можно заключить, что дизайн толстовки минималистичен. Композиция из символов занимает небольшое пространство толстовки. Для создания выразительной композиции использован минимум средства.



**Рисунок 4.** *Использованные на толстовке Н. Рерих «Канченджунга» цвета и схемы цветовой гармонии в соответствии с цветовой гармонией Иттена (рисунок авторов)*

Уделяя внимание цветам, можно выделить из них основные: чёрный, оттенки синего, сине-фиолетового, фиолетового и красно-фиолетового.

Чёрный — цвет изящества; помогает сосредоточиться, в то же время он может казаться тяжёлым и угнетающим. Синий цвет, с психологической точки зрения, ассоциируется с ночью, холодом и покоем. Этот цвет создаёт гармонию, подчёркивает дистанцию и снижает напряжение. Синий — символ веры и духовности. Фиолетовый — цвет бессознательного и таинственного. Он примиряет чувства между собой. Сине-фиолетовый вызывает чувство одиночества. Красно-фиолетовый ассоциируется с духовным величием [13–15].

С точки зрения колористики, чёрный — ахроматический, нейтральный цвет. Синий цвет — один из трёх первичных цветов, из которых получаются все остальные цвета. Фиолетовый — вторичный; он получается при смешении первичного синего и красного. Сине-фиолетовый и красно-фиолетовый как третичные цвета получились при смешении первичного красного или синего со вторичным фиолетовым [16].

Эти цвета, от синего до красно-фиолетового, находятся по соседству в цветовом круге Иттена. Таким образом, цвета в фрагменте картины «Канченджунга» соответствуют аналоговой цветовой гармонии Иттена. Это мягкая и наиболее приятная цветовая гармония, которая встречается в природе [17].

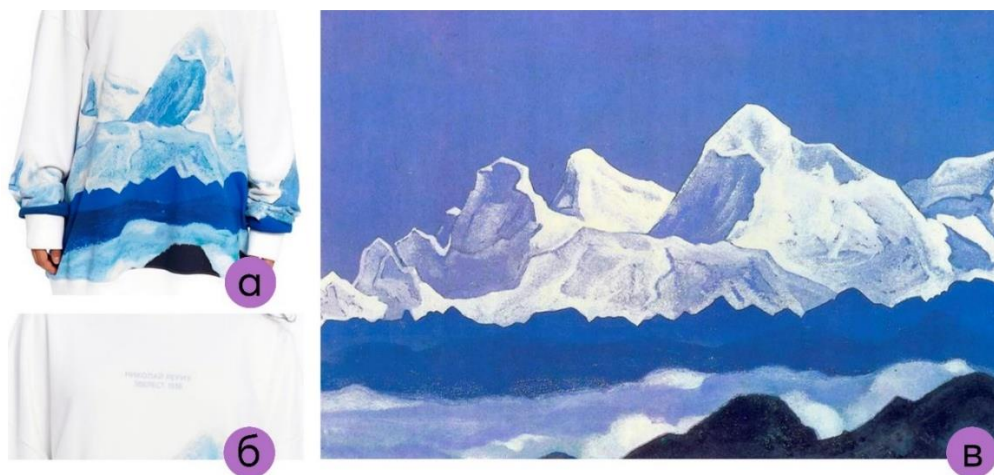
Из вышеперечисленного можно прийти к выводу, что изображение и подобранные цвета, действительно, создают ощущение умиротворения и духовной возвышенности.

Уделяя внимание шрифту сверху на передней части толстовки, можно отметить стиль его оформления. Шрифт без засечек; вся его форма сведена к каркасу. Такой шрифт относится к группе гротесков. Они обеспечивают лёгкость и удобство восприятия информации<sup>4</sup> [18].



**Рисунок 5.** Толстовка Н.Рерих «Эверест» белая. Бренд «ТВОЁ»<sup>5</sup>

Также в ассортименте представлен вариант дизайна белой толстовки с картиной «Эверест» 1936 года (рис. 5).



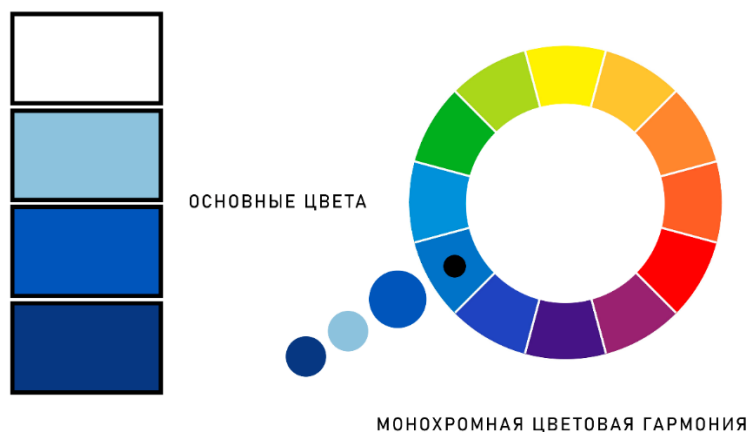
**Рисунок 6.** Символика текстильной продукции Третьяковской галереи — образ Н.К. Рериха: а — печать фрагмента «Эверест» на ткани; б — надпись на толстовке «Николай Рерих Эверест 1936»<sup>5</sup>; в — «Эверест», 1935–1936 г. Холст, темпера. 30,5×46 см. Государственная Третьяковская галерея<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Наумова С.В. Шрифт в мультимедийной среде: Учебник / С.В. Наумова, П.М. Наумова, М.Н. Наумов. — Екатеринбург: Уральский государственный архитектурно-художественный университет, 2023. — 428 с. — ISBN 978-5-7408-0270-1. — EDN CVJWUY. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_54402065\\_75906655.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_54402065_75906655.pdf) (дата обращения 06.12.2023).

<sup>5</sup> Коллекция Николая Рериха // Третьяковская галерея. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://shop.tretyakovgallery.ru/items/14293>.

<sup>6</sup> Николай Рерих. Серия «Поздние годы, 1930–1947» // Николай Рерих. Жизнь и творчество. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rerih.org/er/gallery/pozdnie-gody-1930-1947?page=0%2C2>.

За основу для печатного рисунка были взяты фрагменты пейзажа «Эверест» 1931 года — горная цепь и облака. Печатное изображение расположен на рукавах, перед и спинке толстовки. Спереди в верхней части толстовки располагается имя художника — «Николай Рерих», название картины и год создания — «Эверест 1936» (рис. 6).



**Рисунок 7.** *Использованные на толстовке Н. Рерих «Эверест» цвета и схемы цветовой гармонии в соответствии с цветовой гармонией Иттена (рисунок автора)*

В качестве основных цветов были выбраны белый, синий и его оттенки. Белый символизирует чистоту, лёгкость. Также он снижает раздражение. Синий цвет символизирует холод, ночь и покой. Также этот цвет создаёт ощущение отдалённости. Тёмно-синие оттенки ассоциируется с тенью и кажутся тяжёлыми. Светлые оттенки кажутся лёгкими [13–15].

С точки зрения теории цвета, белый — ахроматический цвет, создающий нейтральный фон, в то же время синий и его оттенки являются доминирующими цветами на толстовке. Оттенки синего создают монохромную цветовую гармонию Иттена.

Таким образом, заметно упрощение композиции; на толстовке присутствуют только горы, без неба. Использовано много свободного пространства.

Надпись едва заметна на белом фоне. Всё это сделано для того, чтобы акцентировать внимание на изображении гор. Также монохромность изображения подчёркивает ясность и простоту композиции.

Шрифт относится к одной из 4 основных групп — к гротескам. В нём отсутствуют засечки, и форма сведена к каркасу. Этот шрифт сочетает в удобство восприятия, простоту и снижает зрительную нагрузку.<sup>7</sup>

Такими образом, дизайнеры прибегают к минимализму: изображения визуально занимает не больше половины всей площади ткани, другие элементы дополняют фрагменты картин, но не притягивают всё внимание к себе за счёт нейтральности цветов. Сам Н.К. Рерих упоминается только в надписи «Николай Рерих», а также через его подпись.

### Предложение визуализации для сувенирной продукции

Анализируя творчество Н.К. Рериха, можно предложить дополнительный вариант визуализации для сувенирной продукции.

<sup>7</sup> Виды шрифтов: как выбрать лучший вариант для дизайнера // блог Яндекс Практикума. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://practicum.yandex.ru/blog/vidy-shriftov-v-dizaine/>.

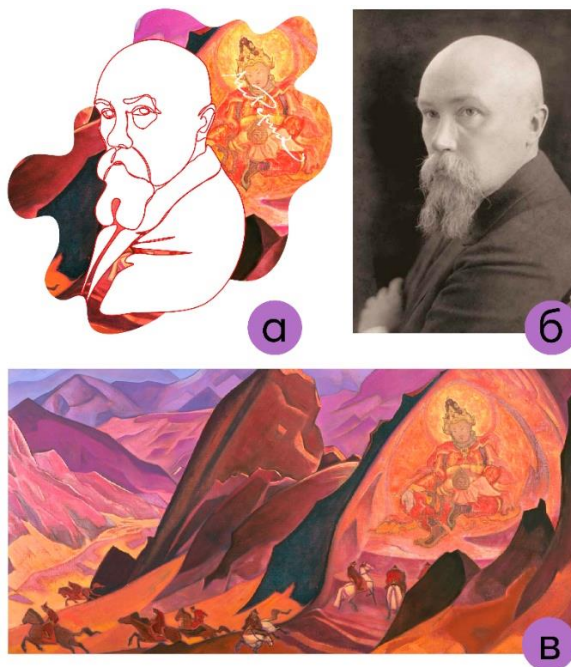


АНАЛОГОВАЯ ЦВЕТОВАЯ ГАРМОНИЯ

**Рисунок 8.** *Использованные цвета и схема цветовой гармонии для визуализации сувенирной продукции в соответствии с цветовой гармонией Иттена (рисунок авторов)*

Были предложены два варианта печатного рисунка. В качестве общих элементов фирменного стиля были разработаны стилизованные портреты русского художника. За основу были взяты фотографии, на которых запечатлён художник. Для портрета Н.К. Рериха в качестве выразительного средства была выбрана одна непрерывная линия. В качестве основного цвета контура было решено использовать тёмно-красный цвет. Внутренняя часть контура портрета залита белым цветом.

Также были использованы фрагменты картин Н.К. Рериха, в которых преобладают аналоговые цвета в соответствии с цветовым кругом Иттена в диапазоне от красно-фиолетового до жёлто-оранжевого. В качестве шрифтовых элементов использована подпись Н.К. Рериха.

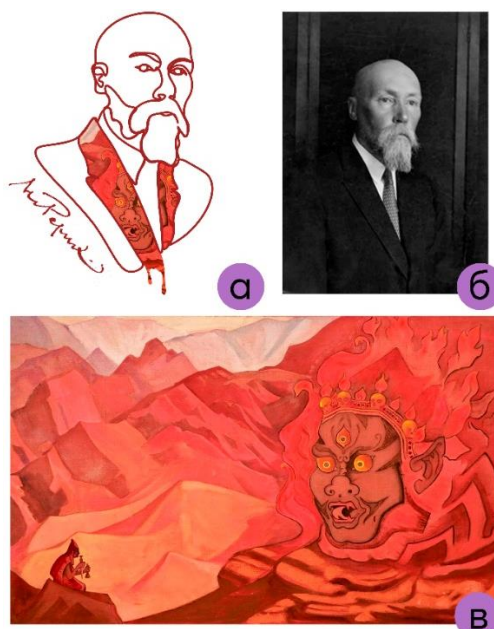


**Рисунок 9.** *Разработка печатного изображения сувенирной продукции: а — разработанное изображение (рисунок автора); б — фотография Н.К. Рериха<sup>8</sup>; в — «Приказ Ригден-Джапо», 1926–1927. Холст, темпера. 75,5×142,3 см. Государственный музей Рерихов<sup>9</sup>*

<sup>8</sup> Н.К. Рерих и Е.И. Рерих в дневниковых записях Кордашевского Н.В. // Новый мир. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://nowimir.ru/DATA/050001\\_2.htm](https://nowimir.ru/DATA/050001_2.htm).

<sup>9</sup> Николай Рерих. Восток // Сибирское Рериховское общество. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sibro.ru/photo/roerich-tibeth/n-k-rerikh-prikaz-rigden-dzhapo-1926/?ysclid=lue3p915mh525573795>.





**Рисунок 10.** Разработка печатного изображения сувенирной продукции:  
а — разработанное изображение (рисунок автора); б — фотография Н.К. Рериха<sup>10</sup>;  
в — «Дордже дерзнувший», 1925. Холст, темпера. 74×117,5 см. Музей Николая Рериха<sup>11</sup>



**Рисунок 11.** Разработанные печатные изображения сувенирной продукции на мокапах: а — печатный рисунок «Приказ Ригден-Джапо» на женской толстовке; б — печатный рисунок «Дордже дерзнувший» на мужской толстовке; в — печатный рисунок «Приказ Ригден-Джапо» на блокноте; г — печатный рисунок «Дордже дерзнувший» на керамической кружке<sup>12</sup> (рисунки авторов)

<sup>10</sup> Рерих и Тагор // Новый мир. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://nowimir.ru/DATA/030041\\_1.htm](https://nowimir.ru/DATA/030041_1.htm).

<sup>11</sup> Николай Рерих. Знамена Востока // Сибирское Рериховское общество. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sibro.ru/photo/roerich-znamenavostoka/n-k-rerikh-dordzhe-derznvshiy-1925/?ysclid=lue3wfbdf3320842381>.

<sup>12</sup> Москур PSD // Freepic. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.freepik.com/psd/mockup>.

В одной из вариантов фрагмент картины Н.К. Рериха «Приказ Ригден-Джапо» 1927 года расположен на заднем плане. Пейзаж заключён в фигуру, состоящую из кривых линий. Подпись художника, для которой был выбран белый цвет, так же заключена внутри контура фигуры (рис. 9).

Во втором варианте фрагмент «Дордже дерзнувший» 1925 года заключён внутри контура воротника жакета художника. В качестве дополнительных графических элементов был добавлен эффект стекающих капель. Подпись Н.К. Рериха расположена с левой стороны от изображения. Для шрифта был выбран тёмно-красный цвет, используемый в контуре портрета (рис. 10).

Разработанная визуализация для сувенирной продукции может быть использована не только на текстильной продукции, но и на других сувенирах, как, например, керамической посуде, блокнотах, папках, обложках, брелках и магнитах (рис. 11).

### Заключение

Был проведен анализ сувенирной продукции, созданной для выставки Николая Константиновича Рериха в Третьяковской галерее. Для анализа были выбраны два варианта толстовок: с изображением картины Н.К. Рериха «Канчеджунга» (1936 г., находится в Государственной Третьяковской галерее) чёрного цвета, «Эверест» (1936 г., находится в Государственной Третьяковской галерее) белого цвета.

На толстовке «Канчеджунга» расположен только один элемент, насыщенный деталями и содержащий в себе сложные формы — фрагмент картины Н.К. Рериха, что позволяет сделать вывод о том, что дизайн толстовки минималистичен. Композиция из символов занимает небольшое пространство толстовки. Для создания выразительной композиции использован минимум средства.

За основу для печатного рисунка на толстовке «Эверест» были взяты фрагменты пейзажа «Эверест» 1931 года — горная цепь и облака. Печатное изображение расположен на рукавах, перед и спинке толстовки. заметно упрощение композиции; на толстовке присутствуют только горы, без неба. Использовано много свободного пространства. Надпись едва заметна на белом фоне. Всё это сделано для того, чтобы акцентировать внимание на изображении гор. Также монохромность изображения подчёркивает ясность и простоту композиции.

Был разработан авторский макет для печати на толстовке в качестве сувенирной продукции. В качестве общих элементов фирменного стиля были разработаны стилизованные портреты русского художника. За основу были взяты фотографии, на которых запечатлён художник. Для портрета Н.К. Рериха в качестве выразительного средства была выбрана одна непрерывная линия. В качестве основного цвета контура было решено использовать тёмно-красный цвет. Внутренняя часть контура портрета залита белым цветом.

За основу взята фотография Н.К. Рериха и картина «Приказ Ригден-Джапо», (1926–1927. Холст, темпера. 75,5×142,3 см. Государственный музей Рерихов).

### ЛИТЕРАТУРА

1. Быстрова Т.Ю. Сувенир — это серьезно. Социально-коммуникативный анализ сувенира: монография. Екатеринбург: Рекламная студия «ra4.ru», 2009. 96 с.
2. Ананченкова П.И. Имидж как фактор конкурентоспособности высших учебных заведений. М.: Академия труда и социальных отношений, 2013. 154 с.

3. Бурлакова Е.В., Качалова С.М. Особенности формирования и продвижения бренда высшего учебного заведения (на примере Липецкого государственного технического университета) // КиберЛенинка: научная электронная библиотека. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-iprodvizheniya-brendavysshego-uchebnogo-avedeniya-na-primereyipetskogo-gosudarstvennogotekhnicheskogo> (дата обращения: 13.12.2023).
4. Ефремова У.П., Селдушева А.А. Разработка ежедневника как вида сувенирной продукции для знакомства с Екатеринбургом // Известия высших учебных заведений. Уральский регион. 2021. № 4. С. 117–123. EDN NWKIDX.
5. Глазова М.В., Денисов В.С. Изобразительное искусство. Алгоритм композиции. М.: Когито-Центр, 2021. 221 с.
6. Иванова А.А. Мерч как драйвер силы брендинга организации / А.А. Иванова, Ю.В. Юденичева // Будущее науки — 2020: сборник научных статей 8-й Международной молодежной научной конференции: в 5 томах, Курск, 21–22 апреля 2020 года. Том 1. — Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. — С. 140–144. — EDN DXUJDA. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42814551> (дата обращения: 10.03.2024).
7. Боева, Г.Н. Об одной актуальной визуальной коммуникации: русский писатель в мерче / Г.Н. Боева // Концепции в современном дизайне: Сборник материалов II Всероссийской научной онлайн-конференции с международным участием, Москва, 03–12 декабря 2020 года. Том Выпуск 2. — Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2020. — С. 258–261. — EDN LILNSO. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44670044> (дата обращения: 10.03.2024).
8. Иванов А.В., Фотиева И.В., Герасимова И.А. Евразийские геополитические идеи в культурном наследии Рерихов // Философский журнал. 2020. № 4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evraziyskie-geopoliticheskie-idei-v-kulturnom-nasledii-rerihov> (дата обращения: 10.03.2024).
9. Шапошникова Л.В. Н.К. Рерих как мыслитель и историк культуры // Живая этика и наука. 2008. № 1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/n-k-rerih-kak-myslitel-i-istorik-kultury> (дата обращения: 10.03.2024).
10. Мурашова, Н.С. Арт-институты Новосибирска как ресурсная база культурного туризма / Н.С. Мурашова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. — 2020. — № 5(97). — С. 106–120. — DOI 10.24412/1997-0803-2020-597-106-120. — EDN LFCSYM. (дата обращения 06.12.2023).
11. Ефремова У.П., Цесевичене О.А., Селдушева А.А. Разработка сувенирной продукции как средство продвижения историко-культурного наследия города. Управление культурой, № 4(8), 2023, стр. 18–27.
12. Абубекерова К.О. Минимализм в дизайне и web-дизайне / К.О. Абубекерова, Н.А. Гурова // Донецкие чтения 2016. Образование, наука и вызовы современности: Материалы I Международной научной конференции, Донецк, 16–18 мая 2016 года / Под общей редакцией С.В. Беспаловой. Том 4. — Донецк: Южный федеральный университет, 2016. — С. 200–203. — EDN LBGGERF. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_32815180\\_98766457.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_32815180_98766457.pdf) (дата обращения: 10.03.2024).

13. Голубкова Е.Н., Мартынцева Ю. Психологическое воздействие света, цвета, формы и корпоративной символики на восприятие рекламного продукта // Маркетинг в России и за рубежом № 4, 2005. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dis.ru/library/528/25591/> (дата обращения 10.03.2024).
14. Иттен И. Искусство цвета / Иоханнес Иттен; [пер. с нем. Л. Монаховой]. — 4-е изд. — Москва: Д. Аронов, 2007. — 94, [1] с. ISBN 978-5-94056-015-6 (дата обращения 10.03.2024).
15. Рац А.П. Основы цветоведения и колористики. Цвет в живописи, архитектуре и дизайне: курс лекций / А.П. Рац; М-во образования и науки Росс. Федерации, Моск. гос. строит. ун-т. Москва: МГСУ, 2014. Стр. 54–56. (дата обращения 10.03.2024).
16. Ансимова Е.В., Фирсанова О.В. Колористика: учебное пособие / 2-е изд., перераб. и доп. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2020. 61 с. URL: <http://elar.rsvpu.ru/978-5-8050-0701-0>. Текст: электронный. ISBN 978-5-8050-0701-0. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/32326/1/978-5-8050-0701-0\\_2020.pdf?ysclid=lu4h0p7qnp553689895](https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/32326/1/978-5-8050-0701-0_2020.pdf?ysclid=lu4h0p7qnp553689895) (дата обращения 10.03.2024).
17. Львова Е.В. Цветоведение и колористика [Текст], Челябинск: Изд-во ООО «Премьер», г. Челябинск, [www.premier](http://www.premier.ru) — 74, 2018. — 98 с.: ил. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elib.cspu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/3589/Posobie%20Lvova.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата обращения 10.03.2024).
18. Рыжанкова А.С. Анатомия буквы: анализ названий элементов / А.С. Рыжанкова // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. — 2022. — № 1(255). — С. 131–139. — DOI 10.52065/2520-6729-2022-255-1-131-139. — EDN YJXQAL. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_48287501\\_20883004.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48287501_20883004.pdf) (дата обращения 06.12.2023).

**Sichkar Tat'yana Valentinovna**

University of World Civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: ditaval@mail.ru

**Alimova Natal'ya Konstantinovna**

Publishing Company «World of Science», Moscow, Russia  
University of World Civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: alimova@mir-nauki.com

**Sokolova Polina Andreevna**

University of World Civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: radzeveljuk@mail.ru

**Timin Yuriy Sergeevich**

University of World Civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: yuri.timin@yandex.ru

## **The exhibition of Nicholas Konstantinovich Roerich: art and a journey through time**

**Abstract.** The article considers the features of corporate identity of souvenir products dedicated to the large-scale exhibition project «Nicholas Roerich» in the Tretyakov Gallery. Two variants of the «TVOYO» brand hoodies are taken for analysis: «Kangchenjunga» and «Everest». Printed images on hoodies are analysed from the point of view of symbolism, colour and font solutions and compositional integrity. It is found that the design of the hoodies is executed in a minimalistic style, which can be traced in the simplification of the composition, the simple presentation of the theme and the use of free space. The mountain landscapes of N.K. Roerich are chosen as the main symbols. The colour scheme is composed in accordance with the colour harmony of Itten. Natural colours are chosen as the main range. Based on this analysis, a general algorithm for developing a corporate identity for the visualisation of this exhibition is created and additional options for printed images are proposed for souvenirs. Stylised portraits of Nicholas Roerich are designed. Photographs depicting the artist were taken as the basis. Fragments of his paintings are also used, in which analog colours predominate: from red-purple to yellow-orange. The artist's signature is used as a font element.

**Keywords:** Nicholas Konstantinovich Roerich; printed images; souvenirs; sweatshirt; colour harmony; font; merch; Tretyakov Gallery