

Строганова 2024: Материалы международной научной конференции. — Москва, 2024. — С. 378–382.

3. 3D-печать (аддитивные технологии) в России. [Электронный ресурс], URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:3D-печать_\(аддитивные_технологии\)_в_России#](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:3D-печать_(аддитивные_технологии)_в_России#) (дата обращения: 04.04.2026);
4. Generative design: How AI is changing the engineering industry. [Электронный ресурс], URL: <https://www.skoltech.ru/en/news/generative-design-ai-changing-engineering-industry> (дата обращения: 04.04.2026);
5. The Impact of Generative Design and Additive Manufacturing. [Электронный ресурс], URL: <https://www.punctuatedesign.com/blog/generative-design-additive-manufacturing> (дата обращения: 04.04.2026);
6. What is generative design to the solidworks CAD user? [Электронный ресурс], URL: <https://www.goengineer.com/blog/what-is-generative-design-to-the-solidworks-cad-user> (дата обращения: 04.04.2026).

УДК 7.048: 769.91

СУВЕНИР КАК КОД КУЛЬТУРЫ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ТРАДИЦИЙ В ИНСТРУМЕНТЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БРЕНДИНГА В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

SOUVENIR AS A CULTURAL CODE: THE TRANSFORMATION OF TRADITIONS INTO INTERNATIONAL BRANDING TOOLS IN THE DIGITAL AGE

**Хоу Ю., Самутина Н.Н.
Hou Y., Samutsina N.N.**

*Витебский государственный технологический университет, Витебск
Vitebsk State Technological University, Vitebsk
(e-mail: samusiya@mail.ru)*

Аннотация: В статье проанализированы символические и тактильные коды (цвет, симметрия, пустота, орнамент, материалы), предложена методика проектирования межкультурного сувенира, включающая выбор иконы, универсального символа, материала, тактильности, цифрового слоя и исключение рисков. Результатом является кейс-проект – серия календарей с персонажем-лошадью, кодирующих китайские праздники и демонстрирующих синтез традиционных символов с современными интерпретациями.

Abstract: The article analyzes symbolic and tactile codes (color, symmetry, emptiness, ornament, materials), suggests a method for designing an intercultural souvenir, including the choice of an icon, universal symbol, material, tactility, digital layer and the exclusion of risks. The result is a case project - a series of calendars with a horse character, encoding Chinese holidays and demonstrating the synthesis of traditional symbols with modern interpretations.

Ключевые слова: культурный код, сувенир, международная коммуникация, брендинг.

Keywords: cultural code, souvenir, international communication, branding.

В условиях цифровой глобализации традиционная сувенирная продукция становится полноценным медиатором культурных кодов, работающим на стыке материального и виртуального. Актуальность исследования обусловлена необходимостью переосмыслить методологию

дизайна сувенира как стратегического инструмента международного брендинга.

Цель работы – определить аналитическую модель оценки сувенирной продукции как инструмента международной культурной коммуникации и предложить принципы её проектирования в системе современного брендинга.

Задачи исследования:

- выявить ключевые визуальные и тактильные коды, которые эффективно работают в межкультурной коммуникации «Восток-Запад»;
- определить критерии эффективности сувенира как инструмента брендинга;
- рассмотреть на данных принципах как создать сувенир, рассказывающий историю, интегрирующий для международного культурного обмена, демонстрирующего синтез искусства и технологий.

Методология базируется на комплексном подходе, сочетающем методы семиотического и культурологического анализа, визуального и сравнительного анализа дизайн-объектов, а также элементы брендинг-аудита.

Перед разработкой прототипа сувенирной продукции необходимо анализировать культурный код, ведь нарушение его приводит к полному искажению культурного кода, массовому, бессмысленному тиражированию, использованию клишированных, неаутентичных образов. Может быть также ошибки в семиотике, заключающиеся в неверных символах, оскорблении культурных норм.

Для стратегического планирования новых коллекций сувенирной продукции необходимо провести аудит продукции и аудитории, для которой он планируется. Далее необходимо провести семиотический анализ визуально-тактильных кодов сувенирной продукции в межкультурном диалоге. В сувенирной продукции критически важны следующие символические коды (табл.1) и орнамент как знаковая система (табл.2).

Таблица 1 - Символические знаки (требующие культурной компетенции)

Код	Пример	Как работает в межкультурной коммуникации
Цвет	Белый: в Европе – чистота/свадьба, в Китае – траур/похороны. Красный: в России/Китае – праздник/власть, в ЮАР – траур.	Высокий риск неверного декодирования. Для международного сувенира нужен «цвет-амбассадор» (например, синий может быть нейтральным).
Симметрия / асимметрия	Асимметрия в японской эстетике (wabi-sabi) – ценность; в западном классическом дизайне – ошибка.	Требует пояснения. Если сувенир асимметричен, западный пользователь может не считать это «красивым».

Код	Пример	Как работает в межкультурной коммуникации
Пустота	В китайской/японской живописи – важнейший смысл. В западном дизайне – часто «незавершённость».	Диалог через противоречие: сувенир может учить видеть пустоту – это уже культурный обмен.

Таблица 2 - Орнамент как семиотический ресурс для межкультурного сувенира

Тип орнамента	Что кодирует	Межкультурная читаемость
Геометрический (ромб, меандр, свастика до XIX в.)	Космогония, охрана, плодородие	Частично универсален, но требует «ключа» (например, меандр – бесконечность в Греции, вода в Китае).
Растительный (виноград, лотос, хмель, дуб)	Жизнь, возрождение, священное	Высокая – многие культуры считают лотос/виноград как божественный дар.
Зооморфный (птица Сири́н, дракон, феникс, лев)	Сила, защита, божественность	Дракон – в Европе зло, в Китае добро. Конфликт кодов. Для нейтрального сувенира лучше феникс (общий символ возрождения).

Касательно тактильных знаков, гладкая поверхность ассоциируется с современностью и массовым производством, а шершавая с аутентичностью и ручной работой. Удачные примеры «работающих» кодов: **льняная ткань** с минималистичным растительным орнаментом, лен в Европе, Китае, России – экология, честность, традиция.

На основе анализа предлагается **методика, включающая последовательность анализа** для проектирования межкультурного сувенира:

- определение иконы: узнаваемое здание;
- нахождение универсального символа;
- обозначение материала и тактильности;
- дополнение цифровым слоем: интерактивные метки **QR-коды / AR-метки**;
- исключённые риски: проверка на наличие религиозных символов или агрессивных цветовых кодов.

Ключевыми «работающими» кодами признаны: нейтральные цвета-амбассадоры (например, синий), растительный орнамент (лотос, виноград), натуральные материалы (лён, дерево, рисовая бумага) и интерактивные цифровые метки.

Кейсом для проверки гипотез, выдвинутых в статье, может быть практическая реализация в виде работы по **проектированию одной из форм сувенирной продукции – серии календарей по теме «Праздники Китая»**, которая: выполняет функцию культурной коммуникации; может быть

инструментом брендинга (территории, вуза, события); обладает визуально-тактильными кодами; может включать цифровые инновации.

Календарь здесь выступает сувениром, который сочетает традиционные китайские символы (цвета, иероглифы, сюжеты) с современными дизайн- и digital-инструментами (AR, QR, минималистичная графика). Сувенир в виде календаря фиксирует временные коды – праздники как сжатые культурные матрицы, где каждый лист становится знаком-символом китайской традиции для русскоязычной аудитории.

Общая семантическая логика палитры строится на контрасте тёплых и холодных тонов, светлой основы и акцентов, выполняющих функцию сигнальных маркеров. В такой системе каждый оттенок несёт как денотативный (прямой) смысл, так и коннотативный (эмоционально-культурный) слой, которые в совокупности формируют выразительный «язык» визуального ряда.

Каждый лист календаря тематически поделен на две части – авторская графика и сетка календаря. Представленная серия изображений является однородным набором авторских иллюстраций с персонажем-лошадью, каждый кадр – самостоятельный визуальный «эпизод», кодирующий праздники, бытовые сцены и сезонные атрибуты. Общая композиция выдержана в модульной манере: персонаж располагается в центре или слегка смещён по правилу третей, фон – однотонный. Такой подход обеспечивает ясность и удобство считывания при уменьшенном размере. Масштаб персонажа выбран оптимально: он доминирует в модуле, но оставляет место для атрибутов, которые поясняют смысл сцены.

Стиль – условно-мультипликационный, близкий к современному «kawaii» с локальной фирменной стилистической меткой (форма головы, пластика поз, выражения лица). Пластика персонажа стандартизирована: узнаваемая анатомия, повторяющиеся мимические «штрихи» и идентичная графическая техника. Палитра модулей варьируется по доминантному фону, что даёт хорошую цветовую ритмику по серии и помогает отличать месяцы визуально.

Иконографически использованы простые, читабельные предметы-символы (барабан, конверт, еда, воздушный змей), которые однозначно интерпретируются в культурном контексте, ассоциируются с конкретным праздником и не требуют сложных пояснений при первом просмотре.

Персонаж-лошадь функционирует здесь как синкретический знак: денотативно он – животное-персонаж; коннотативно – медиатор культурных смыслов. Атрибутика каждого кадра выступает якорем смысла: красный конверт связан с новогодними ритуалами; барабан и праздничная атрибутика – с парадными/церемониальными сценами; еда – с семейными традициями. Цвет фона в каждом модуле усиливает семантику (тёплые тона – праздничность и гостеприимство; холодные – зима/покой).

Все листы концепции перекидного плакатного календаря представлены на рисунке 1, анализ разработанного календаря – в таблице 3.



Рис. 1. Концепция плакатного календаря: персонажи (а), листы календаря (б) и мокап (в)

Таблица 3 – Анализ разработанного календаря

Компонент	Реализация в проекте
Визуальные коды	Красный + золотой (традиционные цвета счастья и богатства), круглые элементы (луна, монеты), иероглиф «счастье» (福)
Тактильный код	Плотная рисовая бумага или дизайнерский картон с тиснением (имитация шёлка) – тактильно «дорогой»
Нарративный слой	На каждом листе краткое описание праздника на русском языке
Цифровой слой	QR-код на обложке может вести на страницу с анимацией традиционного обряда
Брендовая функция	Возможность добавить логотип вуза, посольства или туристической компании – календарь будет работать как представительский сувенир

Проведённый семиотический анализ показывает, что наиболее устойчивой коммуникативной стратегией в международном брендинге является **гибридизация кодов**: сочетание иконической узнаваемости, нейтральных или универсальных символов, тактильных натуральных материалов

Практическая реализация концепции на примере серии праздничных календарей позволяют сформулировать следующие выводы: традиционная сувенирная продукция при переосмыслении её дизайн-методологии способна выступать средством международной культурной коммуникации. Предложенная методика анализа позволяет создавать сувениры, корректно декодируемые в разных культурах. Предложенная методика и конкретный

дизайн-прототип могут быть масштабированы на другие культурные контексты, а также использованы в учебном процессе по направлениям «Дизайн».

Список литературы

1. Кускова, Д. В. Образ города как семиотическая проблема / Д.В. Кускова, Н.Н. Самутина // Тезисы докладов 57-й Междунар. науч.-технич. конфер. препод. и студ. – В.: УО «ВГТУ», 2024. – С. 118-119.
2. Суринова, У.А. Мотивы василька в коллекции сувенирных изделий / У.А. Суринова, Н.Н. Самутина // Мотивы культурных традиций и народных промыслов в коллекциях современной одежды, обуви и аксессуаров : Сб. науч. трудов III Междунар. науч.-практич. конфер. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина 2025. – С. 248-252.
3. Суровцева, К.С. Мотивы культурного наследия Витебского региона в коллекции сувенирной продукции / К.С. Суровцева, Н.Н. Самутина // Инновации и технологии к развитию теории современной моды «Мода (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)» : Сб. материалов V Междунар. науч.-практич. конфер., посвящ. профессору Ф.М. Пармону и 95-летию «РГУ им. А.Н. Косыгина». – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2025. – С. 169-172.
4. Попова А.В. Упаковка как носитель символической информации: семиотика дизайна упаковки / А.В. Попова, И. Ван // Тезисы докладов 58-й Междунар. науч.-технич. конфер. препод. и студ. В.: УО «ВГТУ», 2025. – С. 204-205.

УДК 7.06

VR-ИГРЫ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МУЗЫКАНТОВ И ЛЮБИТЕЛЕЙ: ОТ ФОРМИРОВАНИЯ ИСПОЛНИТЕЛЬСКОГО ИСКУССТВА ДО ЕГО МОДЕРНИЗАЦИИ VR-GAMES FOR PROFESSIONAL AND AMATEUR MUSICIANS: FROM THE FORMATION OF PERFORMING ART TO ITS MODERNIZATION

Чекменева Р.Р.
Chekmeneva R.R.

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: r.budagyan@mail.ru)*

Аннотация: В данной статье автором рассмотрен синтез музыкальной культуры с цифровыми технологиями, в результате которого актуальность начинают приобретать различные приложения и VR-игры, предпочтительно обучающего характера. Автором подробно проанализированы пять VR-музыкально-цифровых платформ, адресованных как профессиональным музыкантам, так и любителям с целью усовершенствования или формирования собственного исполнительского искусства в *online*-режиме.

Abstract: In this article, the author examines the synthesis of musical culture with digital technologies, which has led to the emergence of various applications and VR-games, particularly those of a learning nature. The author provides a detailed analysis of five VR-music-digital